

صنایع غذایی

نسخه ششم



۱۴۰۴

صنایع غذایی

گزارش تازه‌ترین تحولات و دستاوردهای صنایع غذایی ایران و جهان

تألیف: مدیریت بانکداری شرکتی بانک سامان
امور پژوهشی و اجرایی: مدیریت بازاریابی و توسعه محصول و آکادمی سامان
ویراستاری و امور هنری: مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان

چاپ ششم: زمستان ۱۴۰۴

شمارگان: ۵۰ نسخه

تمامی حقوق این اثر متعلق به بانک سامان است.

این گزارش با هدف ارائه به فعالان صنایع غذایی تهیه و تدوین شده و بهره‌برداری از اطلاعات و مطالب آن با ذکر منبع بدون مانع است.





پیش‌گفتار

باتوجه به اهمیت تأمین فرآورده‌های غذایی و آشامیدنی در بقای انسان، صنایع غذایی به معنای عام آن یکی از اولین صنایع در طول تاریخ بشر بوده است و جزو صنایع اساسی به شمار می‌رود. گسترش جمعیت افزایش رفاه عمومی تغییر عادات غذایی و سبک زندگی از مهم‌ترین شاخص‌های تأثیرگذار بر رشد این صنعت در سطح جهانی پس از انقلاب تکنولوژیک قرن ۲۱ است. در تمام کشورهای جهان صنایع غذایی تأثیر بسزایی در ایجاد اشتغال و ارزش افزوده داشته و ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست. صنعت غذا در ایران باتوجه به شرایط آب‌وهوایی تنوع و کیفیت مطلوب کشاورزی دارای اهمیت و مزایای فراوانی بوده و بالاترین سهم را در ایجاد اشتغال در کشور داشته است. پیش‌بینی‌ها برای این نکته استوار است که این بخش از سویی باتوجه به سهم بالای صنایع غذایی در سبد کالایی خانوار و از سویی دیگر نظر به دسترسی به مواد اولیه باکیفیت و نیروی کار ارزان، امکان توسعه اشتغال در کشور را بیش از سایر بخش‌های صنعتی خواهد داشت.

از یک سو باتوجه به سهم بسیار بالای محصولات فصلی در تأمین مواد اولیه داخلی این صنعت و لزوم خرید نقدی این محصولات از کشاورزان و از سوی دیگر باتوجه به بالای بودن هزینه‌های مواد اولیه و وارداتی چرخش سرمایه در این صنعت زمان‌بر بوده و حجم کلان سرمایه مورد نیاز یکی از بزرگ‌ترین مشکلات تولیدکنندگان صنایع غذایی در کنار مشکل نحوه تخصیص ارز به واردات مواد اولیه مورد نیاز این صنعت است.

بانک سامان به عنوان یکی از بانک‌های پیشرو در ارائه خدمات تأمین مالی و ارز به صنایع غذایی همواره رویکردی متعهدانه و راه‌حل‌محور نسبت به این صنعت داشته است. این گزارش در راستای همان رویکرد و باهدف بررسی چالش‌های عمده پیش روی فعالان صنعت غذایی و تلاش برای شناسایی راه‌حل‌هایی عملیاتی به منظور رفع چالش‌های مذکور است. در این گزارش باتوجه به ترکیب مشتریان بانک تمرکز اصلی در صنایع غذایی روی مجموع محصولات خوراکی و آشامیدنی و مشخصاً گروه‌های کالایی لبنیات، شیرینی و شکلات، بیسکویت، کیک، کنسرو و غذاهای آماده است که در ادامه این گزارش گروه‌های کالایی منتخب نامیده می‌شوند.



مروت رنجبر
مدیر بانکداری شرکتی

خلاصه مدیریتی

- در این گزارش تنها برخی از گروه‌های کالایی محصولات غذایی مورد بررسی قرار خواهند گرفت. این گروه‌ها شامل «محصولات لبنی»، «شیرینی و شکلات»، «کیک و بیسکویت»، «غذاهای آماده»، «سس، ادویه و چاشنی‌ها» و «نوشیدنی‌ها» می‌شود. در گزارش به این گروه‌های کالایی واژه «محصولات غذایی منتخب» اطلاق شده است.
- ارزش واردات محصولات غذایی منتخب شده توسط کشورهای منطقه خاورمیانه در سال ۲۰۲۴ به بیش از ۱۵ میلیارد دلار می‌رسد. در مقابل ارزش صادرات مواد غذایی بسته‌بندی شده در کشورهای منطقه خاورمیانه در سال ۲۰۲۴ نزدیک به یک میلیارد دلار رسیده است.
- ارزش تولیدات صنایع غذایی منتخب در سال‌های ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ به ترتیب ۵۳ و ۵۶ درصد افزایش یافته بود. پس از فروکش کردن اثر افزایش قیمت ارز ترجیحی برای واردات کالاهای اساسی که در قیمت نهایی تمامی محصولات غذایی مؤثر است، این شاخص در سال ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ به ترتیب ۴۰ و ۳۲ درصد افزایش یافته است.
- شرکت‌های تولیدکننده نوشیدنی، لبنیات و چاشنی‌ها به طور میانگین در مقیاس‌های بالاتری نسبت با سایر محصولات بسته‌بندی شده به تولید می‌پردازند.
- میانگین ارزش سرمایه‌گذاری برای تأسیس یک واحد صنعتی مواد غذایی در سال ۱۴۰۲ در استان‌ها و مناطق آزاد صنعتی به ترتیب به ۲۶ و ۳۱ میلیارد تومان رسیده است.
- کاهش مصرف داخلی و موانع موجود بر سر صادرات محصولات غذایی اصلی‌ترین ریسک فعالان صنایع غذایی ارزیابی شده است.
- حذف ارز ترجیحی از کالاهای اساسی مانند خوراک دام باعث افزایش قیمت مواد اولیه داخلی مانند شیر، مرغ و تخم‌مرغ شده است. از طرف دیگر افزایش نرخ ارز باعث افزایش قیمت مواد اولیه وارداتی این صنعت مانند رنگ‌ها و اسانس‌ها می‌شود.
- افزایش هزینه‌های تولید و کاهش تقاضا باعث افزایش ریسک نقدینگی در تولیدکنندگان شده است. این موضوع باعث افزایش انگیزه تولیدکنندگان بزرگ برای ورود به بازار پخش و خرده‌فروشی شده است. این در حالی است که در حال حاضر زمان بازپرداخت شبکه توزیع به تولیدکنندگان کاهش یافته است.
- در سال‌های گذشته مصرف «محصولات لبنی»، «کیک و بیسکویت» و «غذاهای آماده» در بین خانوارهای ایرانی کاهش یافته است. در مقابل حجم مصرف گروه کالایی «سس، ادویه و چاشنی» افزایش یافته است.
- پس از افت صادرات مواد غذایی در سال‌های ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ طی دو سال گذشته روند صادرات مواد غذایی مجدداً افزایش پیدا کرده است و در سال ۱۴۰۳ این شاخص به بیش از یک میلیارد دلار رسیده است.
- در حال حاضر محصولات لبنی اصلی‌ترین محصولات غذایی منتخب صادراتی محسوب می‌شوند. کیک و بیسکویت و شیرینی و شکلات در رتبه‌های بعدی قرار دارند.
- با تغییر سیاست تخصیص ارز ترجیحی در سال ۱۴۰۱، تورم تولیدکننده محصولات غذایی و آشامیدنی در سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ فراتر از شاخص کل تورم تولیدکننده رفته بود. این شاخص در سال ۱۴۰۳ مجدداً کاهش یافته است و به ۲۷ درصد رسیده است. این در حالی است که شاخص کل تورم بخش صنعت در سال ۱۴۰۳ به ۲۹ درصد رسیده است.
- تورم محصولات غذایی منتخب در سال‌های ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۲ بیشتر از شاخص عمومی تورم بوده است. شاخص عمومی تورم در سال ۱۴۰۳ فراتر از شاخص تورم محصولات خوراکی و آشامیدنی رفته است.
- این تحولات باعث تغییر ترکیب بازیگران شده است و در مدت زمانی کوتاه بازیگران خرد و کوچک در نظام تولید و توزیع از چرخه اقتصادی خارج شده‌اند.
- صنایع غذایی در کنار صنایع داروسازی شاهد بیشترین حضور و فعالیت شرکت‌های پخش متمرکز است. شرکت‌های پخش فعال در صنایع غذایی به طور عمده تحت مالکیت و مدیریت تولیدکنندگان محصولات غذایی قرار دارند و در پی ادغام عمودی روبه‌جلو، این گروه تأسیس شده‌اند.
- شیر خام اصلی‌ترین ماده اولیه صنایع لبنی محسوب می‌شود. به طور میانگین ۶۰ درصد از هزینه مواد اولیه صنایع لبنی به شیر اختصاص پیدا می‌کند.

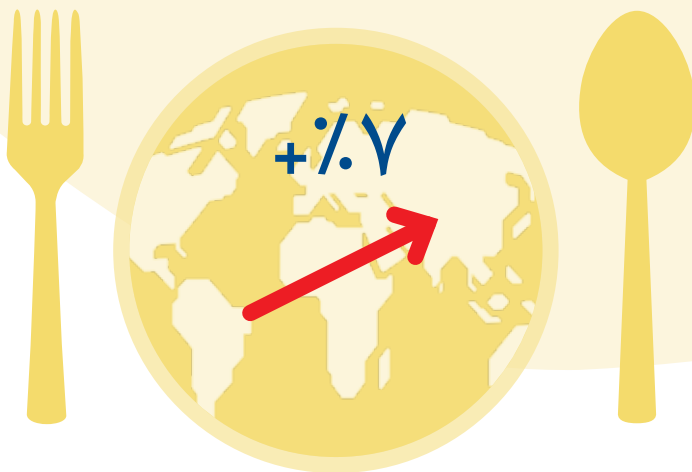
- بازار تولید شیر به شدت رقابتی و قیمت تمام شده این محصول وابسته به قیمت خوراک دام وارداتی است. در مقابل تعداد بازیگران خریدار این محصول (شرکت های لبنی) بسیار محدودتر است و در بین بازیگران این صنعت نیز سهم بزرگی از بازار (بالای ۸۰ درصد) در اختیار ۱۰ شرکت برتر این حوزه است.
- بنابراین، در صنایع لبنی با انحصار خریداران بزرگ روبه رو هستیم. وابستگی بالای گاوداری ها به خرید بازیگران بزرگ قدرت چانه زنی این بازیگران را کاهش داده است. این مهم، تأثیر چندانی بر قیمت گذاری این محصول ندارد. اما دوره زمانی بازپرداخت خریداران بزرگ متناسب با سهم آن ها از کل بازار شیر افزایش می یابد. این دوره زمانی برای بازیگران بزرگ به بیش از سه ماه می رسد؛ بنابراین تولیدکنندگان شیر خام همواره در مضیقه تأمین نقدینگی قرار دارند.
- قدرت چانه زنی بازیگران پایین دستی (خرده فروشی ها، عمده فروشی ها و فروشگاه های زنجیره ای) بر مدت زمان بازپرداخت آن ها و در نتیجه امکان دسترسی به نقدینگی تأثیر بسزایی دارد. بازه زمانی بازپرداخت در بازار محصولات لبنی برای خرده فروشی های بین ۱ تا ۷ روز و برای عمده فروشی ها و فروشگاه های زنجیره ای بزرگ بین یک ماه تا ۴۵ روز متغیر است.
- در حالی که مجموع تقاضای بازارهای داخلی و صادراتی محصولات لبنی کاهش یافته است، تولیدکنندگان صنایع لبنی برای حفظ سهم خود از بازار شیر خام به خرید این محصول در سطوح پیشین ادامه می دهند.
- این فعالان صنعتی، شیر خام خریداری شده مازاد بر مصرف خطوط تولیدی محصولات لبنی را به شیر خشک تبدیل می کنند. این محصول ارزش افزوده کمتری نسبت به سایر محصولات لبنی دارد.



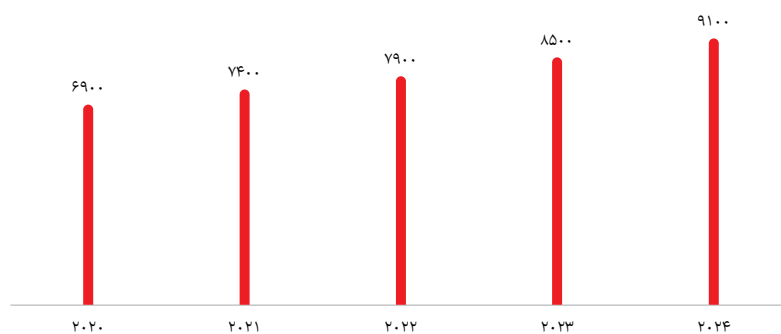
بازار جهانی صنایع غذایی

شاخص‌های جهانی کل بازار

حجم مالی بازار جهانی محصولات غذایی در سال ۲۰۲۴
با رشد **۷ درصدی** همراه بوده است و به بیش از
۹ هزار میلیارد دلار رسیده است.

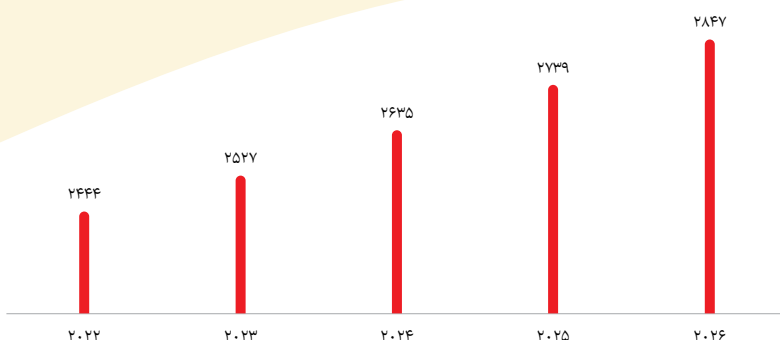


ارزش بازار جهانی محصولات غذایی منتخب (میلیارد دلار)



حجم مصرف محصولات غذایی در سال اخیر بیش از ۴ درصد افزایش یافته است. در بین گروه‌های کالایی مختلف، حجم مصرف لبنیات بیشترین رشد را داشته است.

حجم بازار جهانی محصولات غذایی منتخب (میلیون تن)



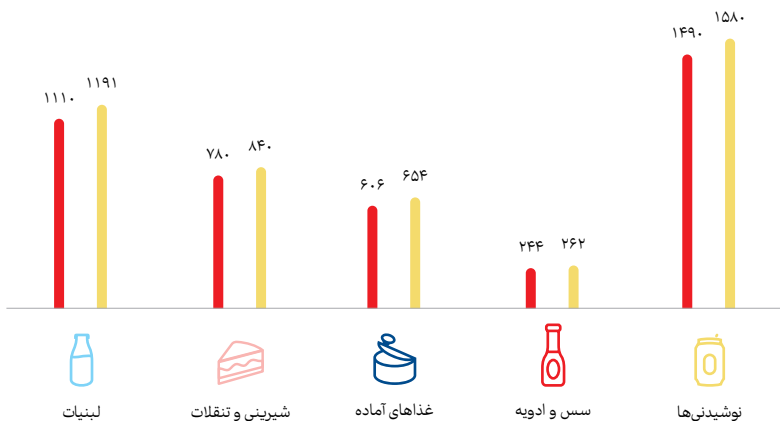
www.statista.com

ارزش جهانی بازار به تفکیک محصولات

ارزش بازار جهانی نوشیدنی‌ها به بیش از ۱۵۰۰ میلیارد دلار رسیده است.

ارزش بازار جهانی محصولات غذایی منتخب (میلیارد دلار)

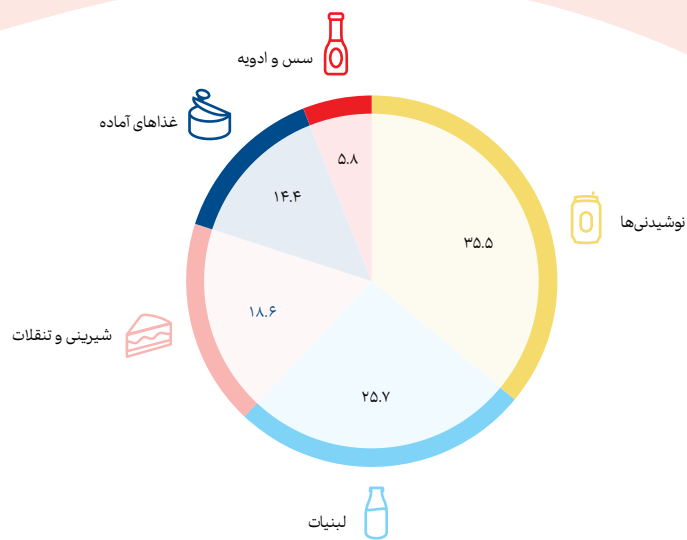
● ۲۰۲۳ ● ۲۰۲۴



www.statista.com

حدود ۶۰ درصد از سهم بازار جهانی محصولات غذایی منتخب در اختیار نوشیدنی‌ها و لبنیات است.

سهم محصولات مختلف از بازار جهانی محصولات غذایی منتخب - ۲۰۲۴ (درصد)

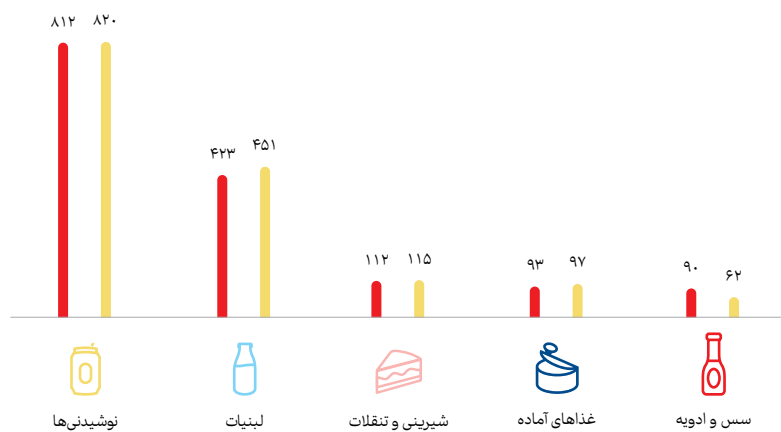


www.statista.com

حجم مصرف نوشیدنی‌های بسته‌بندی‌شده در سال ۲۰۲۴ به بیش از ۸۲۰ میلیون تن رسیده است. بیشترین رشد در مصرف نسبت به سال ۲۰۲۳ در لبنیات رخ داده است.

حجم مصرف محصولات غذایی منتخب (میلیون تن)

● ۲۰۲۳ ● ۲۰۲۴

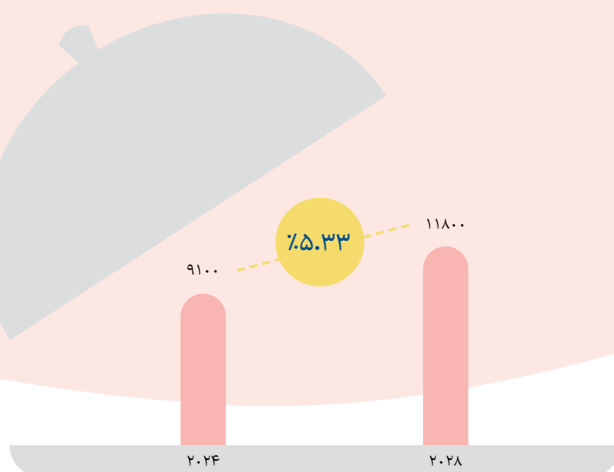


www.statista.com

پیش بینی آینده میان مدت

برآوردها نشان می‌دهد که بازار جهانی محصولات غذایی در افاق ۲۰۲۸، سالانه ۵.۳۳ درصد رشد خواهد داشت.

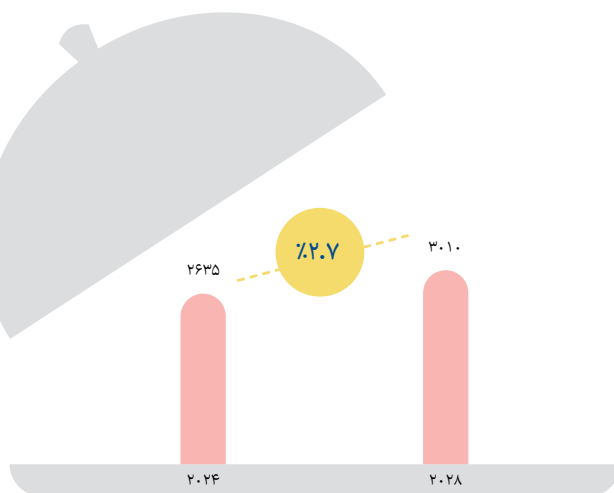
برآورد ارزش بازار جهانی محصولات غذایی (میلیارد دلار)



www.statista.com

بر اساس پیش‌بینی‌ها، حجم فروش در بازار جهانی محصولات غذایی منتخب در افاق ۲۰۲۸ سالانه ۲.۷ درصد رشد خواهد یافت.

برآورد حجم بازار جهانی محصولات غذایی منتخب (میلیون تن)

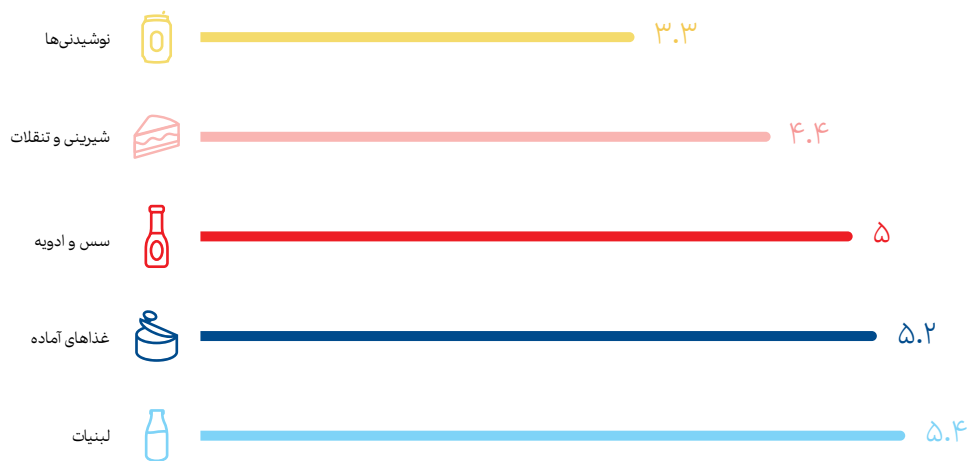


www.statista.com



طبق پیش‌بینی‌های انجام‌شده در افاق ۲۰۲۸ ارزش بازار جهانی لبنیات و غذاهای آماده بیش از سایر گروه‌های کالایی منتخب افزایش خواهد یافت.

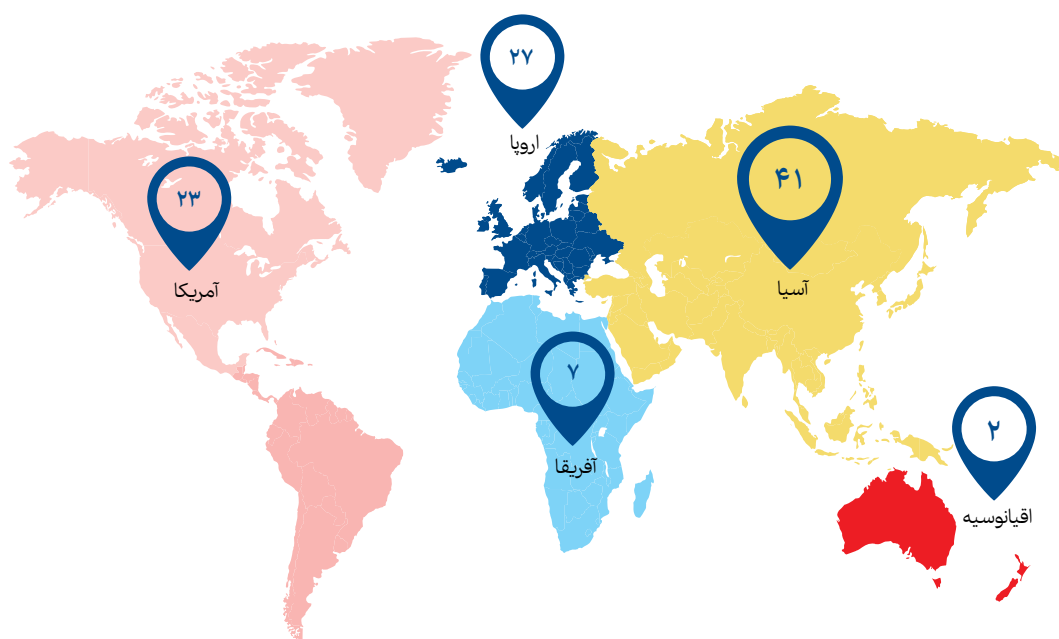
متوسط نرخ رشد سالانه ارزش مالی بازار محصولات غذایی منتخب - ۲۰۲۴ تا ۲۰۲۸ (درصد)



جغرافیای بازار

قاره آسیا با اختلاف، بزرگ‌ترین بازار محصولات غذایی در جهان است. سرانه مصرف مواد غذایی در کشورهای آمریکای شمالی بسیار بیشتر از سایر قسمت‌های جهان است.

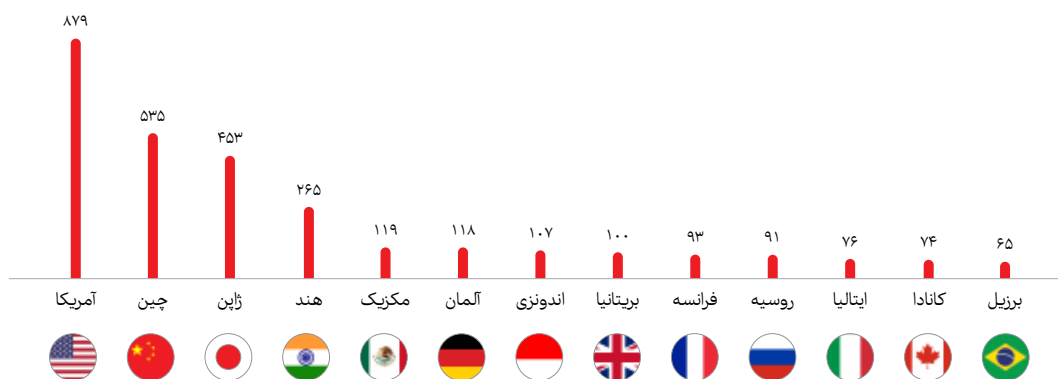
سهم مناطق جغرافیایی از بازار محصولات غذایی - ۲۰۲۴ (درصد)



www.statista.com

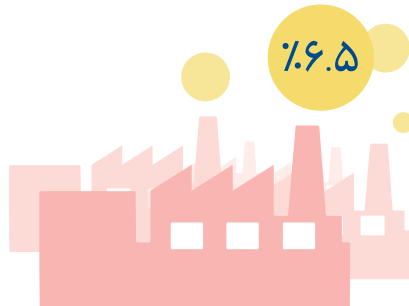
۱۳ کشور نزدیک به ۶۵ درصد از مصرف بازار جهانی محصولات خوراکی و آشامیدنی را به خود اختصاص می‌دهند. بازار آمریکا به تنهایی ۱۹.۵ درصد از بازار جهانی محصولات غذایی منتخب را تشکیل می‌دهد.

بزرگ‌ترین بازارهای محصولات غذایی منتخب - ۲۰۲۴ (میلیارد دلار)



www.statista.com

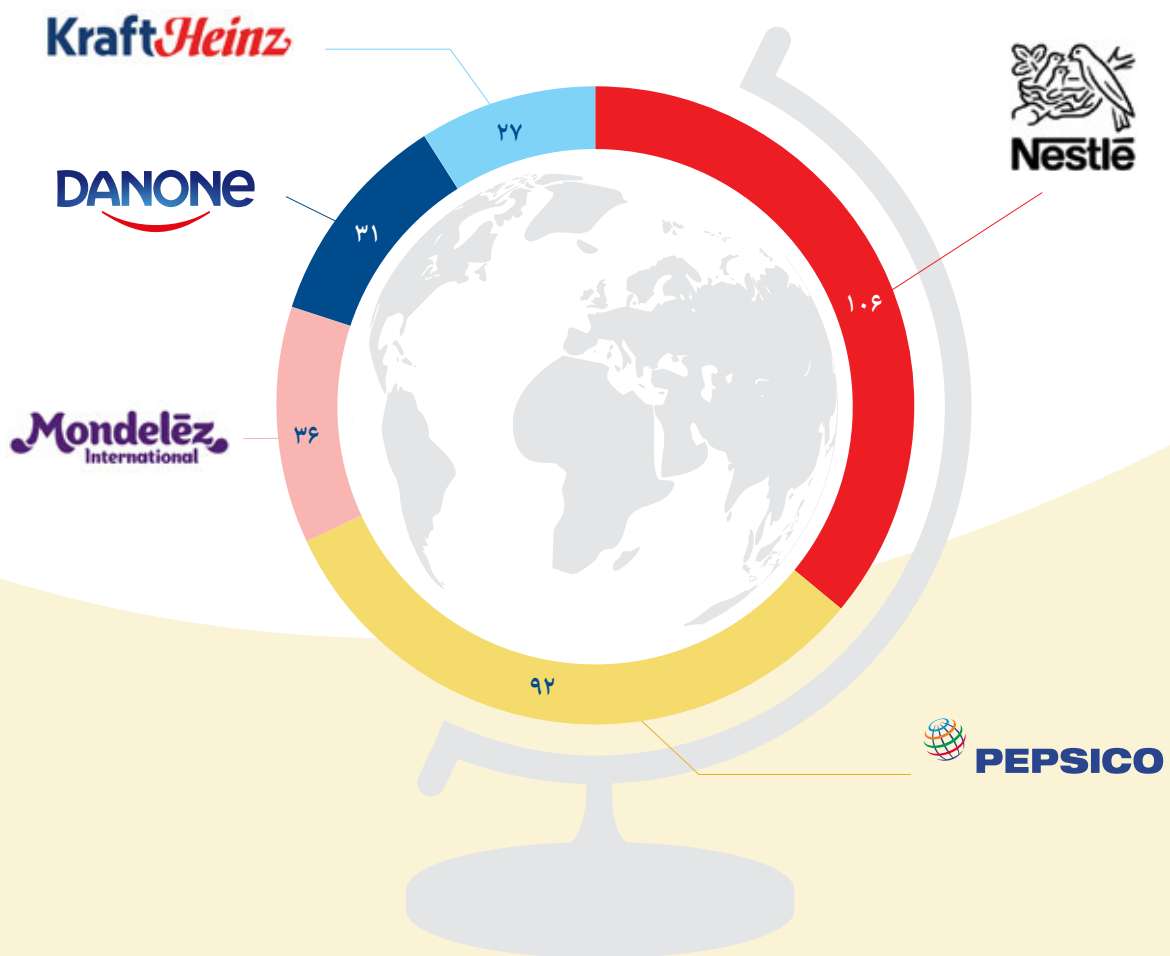
شرکت‌های برتر جهان



پنج شرکت بزرگ حوزه مواد غذایی حدود **۶.۵ درصد** از بازار جهانی محصولات غذایی منتخب را در اختیار دارند.

این شاخص نشان از وجود بازار بزرگ و رقابتی در حوزه مواد غذایی است.

بزرگ‌ترین شرکت‌های محصولات غذایی برحسب فروش - ۲۰۲۳ (میلیارد دلار)

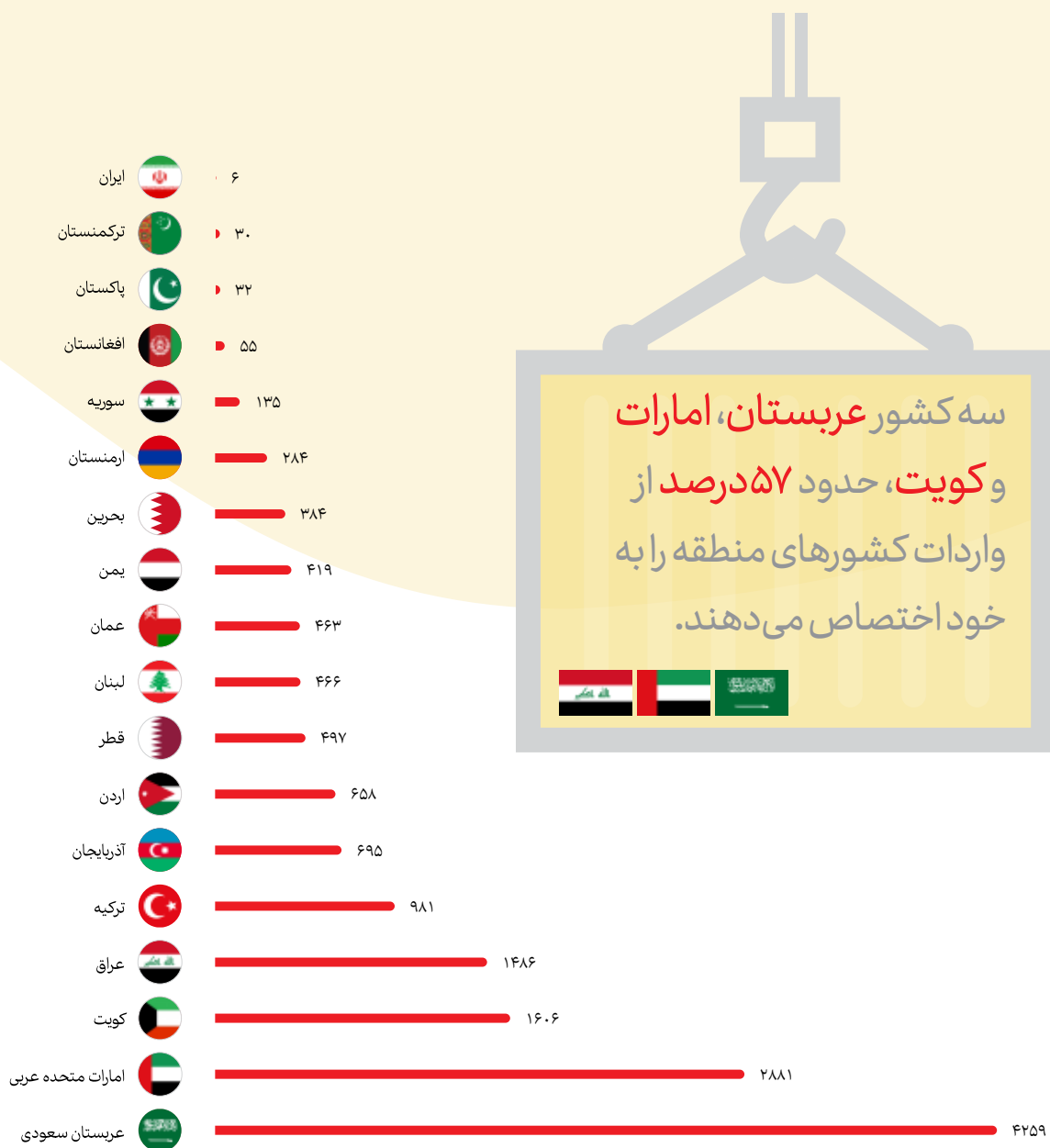




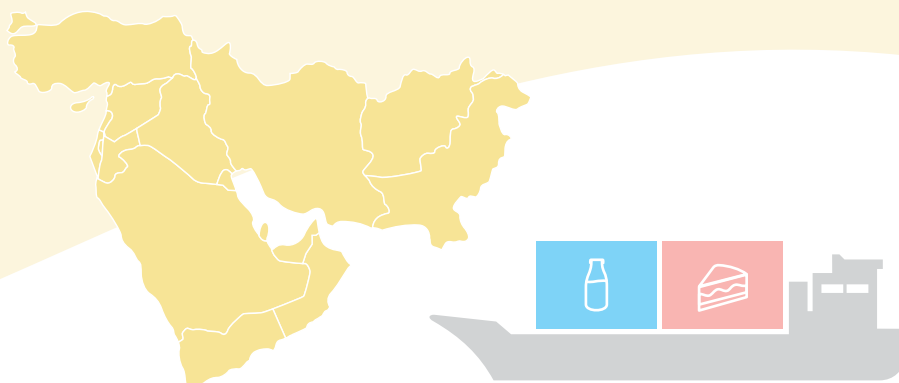
بازار منطقه خاورمیانه

ارزش واردات محصولات غذایی منتخب شده توسط کشورهای منطقه خاورمیانه در سال ۲۰۲۴ به بیش از ۱۵ میلیارد دلار رسید.

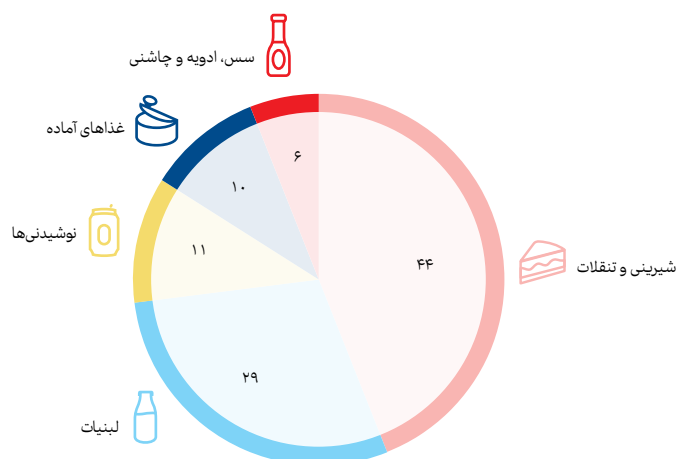
ارزش واردات محصولات غذایی منتخب در کشورهای منطقه خاورمیانه - ۲۰۲۴ (میلیون دلار)



گروه‌های کالایی «شیرینی و تنقلات» و «لبنیات» به ترتیب با ۴۴ و ۲۹ درصد، اصلی‌ترین محصولات غذایی بسته‌بندی شده وارداتی به منطقه خاورمیانه را تشکیل می‌دهند.

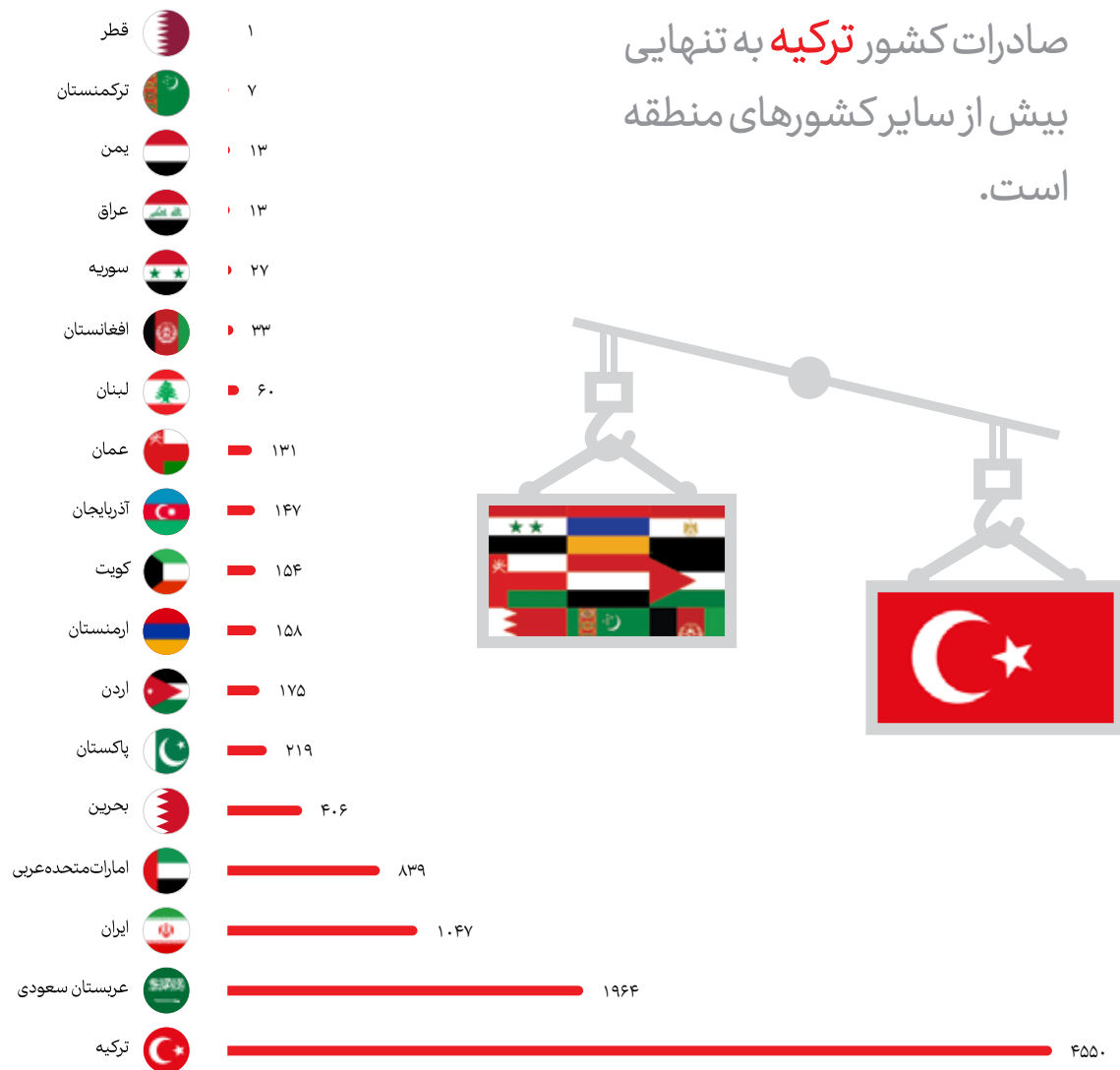


سهم محصولات غذایی مختلف از واردات کشورهای خاورمیانه - ۲۰۲۴ (درصد)

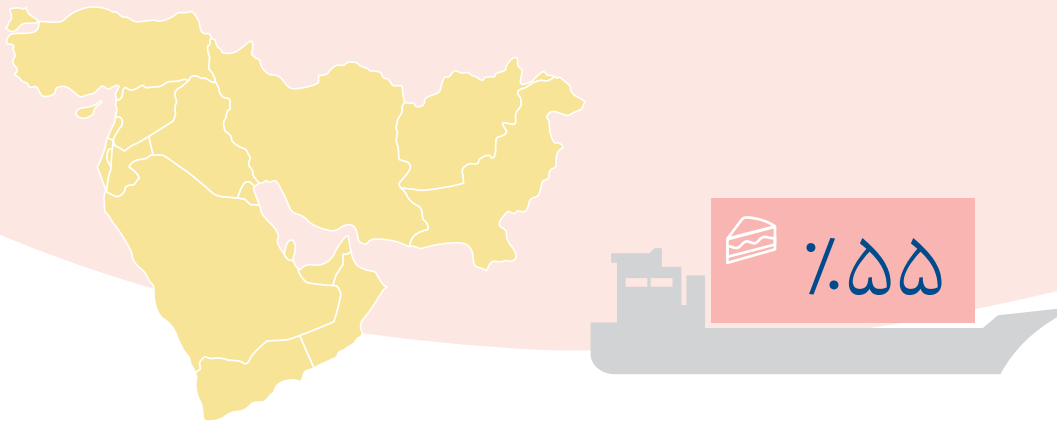


ارزش صادرات مواد غذایی بسته‌بندی‌شده در کشورهای منطقه خاورمیانه در سال ۲۰۲۴ نزدیک به یک میلیارد دلار رسیده است. سه کشور ترکیه، عربستان سعودی و ایران، نزدیک به ۷۶ درصد از ارزش صادرات منطقه خاورمیانه را به خود اختصاص می‌دهند. بیشترین رشد در صادرات مربوط به کشور عربستان سعودی است.

ارزش صادرات محصولات غذایی منتخب به کشورهای منطقه خاورمیانه - ۲۰۲۴ (میلیون دلار)

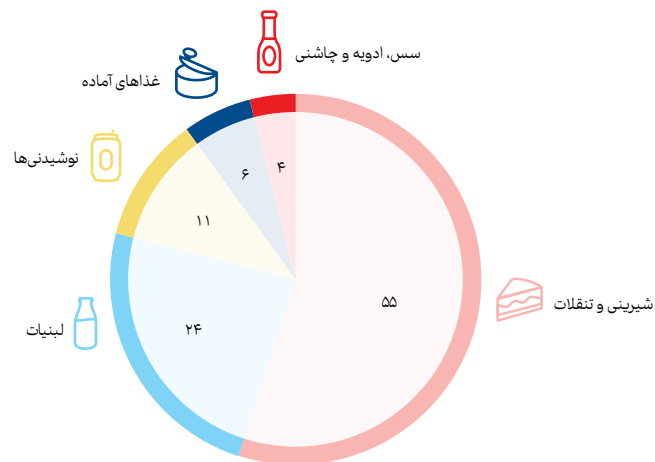


گروه کالایی «شیرینی و تنقلات» بیش از ۵۵ درصد از صادرات محصولات غذایی بسته بندی شده در منطقه خاورمیانه را به خود اختصاص می دهد.



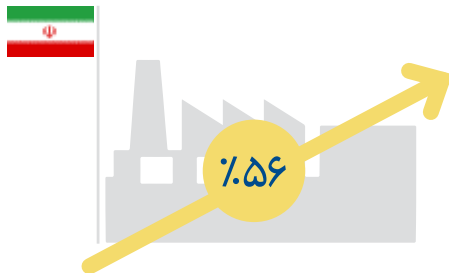
محصولات لبنی و نوشیدنی ها در رتبه های بعدی قرار دارند.

سهم گروه کالایی مختلف از صادرات کشورهای خاورمیانه - ۲۰۲۴ (درصد)



بازار صنایع غذایی ایران

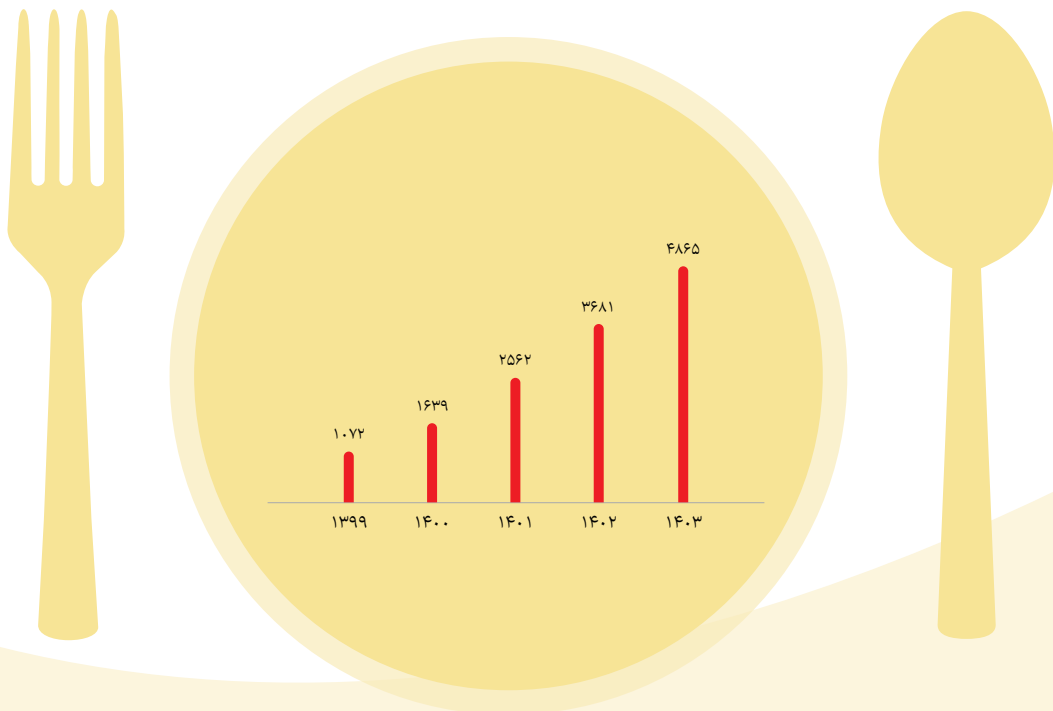
ارزش بازار و روند عرضه و تقاضا



ارزش تولیدات صنایع غذایی منتخب در سال‌های ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ به ترتیب **۵۳** و **۵۶ درصد** افزایش یافته بود.

پس از فروکش کردن اثر افزایش قیمت ارز ترجیحی برای واردات کالاهای اساسی - که در قیمت نهایی تمامی محصولات غذایی مؤثر است، این شاخص در سال ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ به ترتیب ۴۴ و ۳۲ درصد افزایش یافته است. در سال‌های گذشته سهم شرکت‌های خرد و کارگاه‌های خانگی از عرضه محصولات غذایی کاهش پیدا کرده است؛ بنابراین تاب‌آوری اقتصادی واحدهای بزرگ صنعتی در این دوره بیش از هم‌تایان کوچک‌تر بوده است.

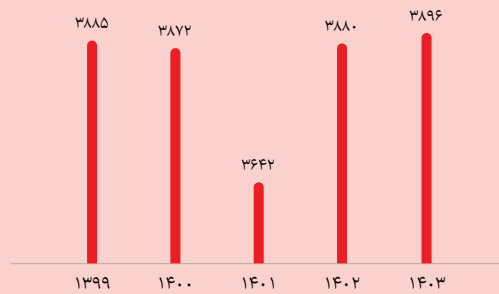
ارزش تولیدات داخلی محصولات غذایی منتخب (هزار میلیارد ریال)



حجم تولیدات محصولات غذایی منتخب در سال‌های اخیر تقریباً ثابت مانده است. کاهش حجم مصرف داخلی محصولات غذایی با افزایش صادرات جبران شده است.



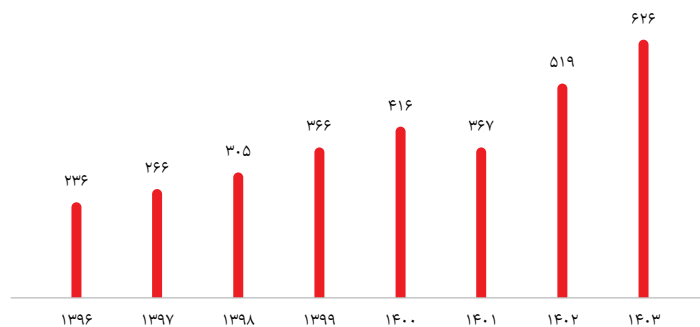
حجم تولیدات محصولات غذایی منتخب (هزار تن)



رشد افزایش ظرفیت در طول سال

تعداد مجوزهای بهره‌برداری فعال در سال ۱۴۰۳ به ۶۲۶ واحد صنعتی رسیده است. تنوع محصولات غذایی تولیدی و رقابت از ویژگی‌های اصلی این صنعت به شمار می‌رود.

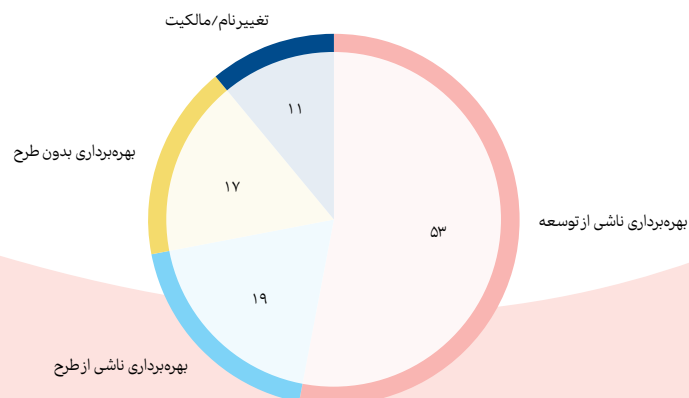
رشد اعطای مجوز بهره‌برداری به واحدهای صنعتی صنایع غذایی منتخب - ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۳ (واحد تولیدی)



• وزارت صنعت، معدن و تجارت - گزارش عملکرد سالانه

بیش از نیمی از مجوزهای بهره‌برداری صادرشده در سال‌های اخیر مربوط به افزایش ظرفیت واحدهای تولیدی و بهبود و نوسازی واحدهای موجود بوده است. ۱۱ درصد از مجوزها نیز مربوط به تغییر مالکیت یا نام واحد صنعتی بوده است. این شاخص در مقایسه با سایر صنایع بالا است.

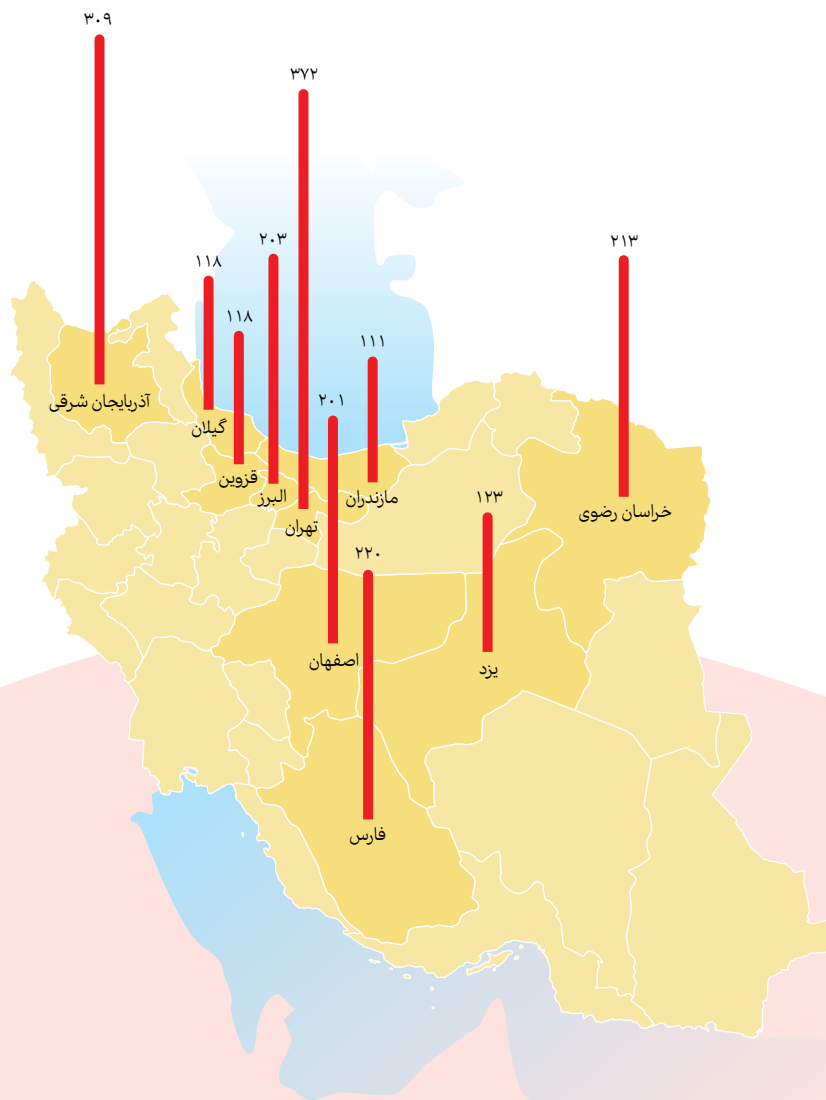
سهم انواع بهره‌برداری از مجوزهای واحدهای فعال صنایع غذایی منتخب - ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۳ (درصد)



• وزارت صنعت، معدن و تجارت - گزارش عملکرد سالانه

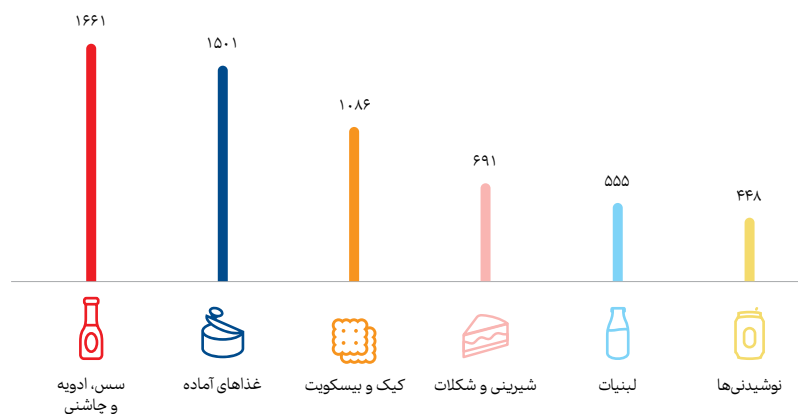
دو استان تهران و آذربایجان شرقی بیشترین سهم از واحدهای صنعتی جدید در صنایع غذایی را به خود اختصاص داده‌اند.

تفکیک جغرافیایی مجوزهای بهره‌برداری صادرشده در صنایع غذایی منتخب - ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۳ (واحد صنعتی)



واحدهای صنعتی تولیدکننده «سس، ادویه و چاشنی» و «غذاهای آماده» بیشترین سهم از سرمایه‌گذاری‌های جدید در سال‌های اخیر را به خود اختصاص داده‌اند.

تعداد واحدهای فعال در صنایع غذایی منتخب به تفکیک گروه‌های کالایی - ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۳ (بنگاه صنعتی)

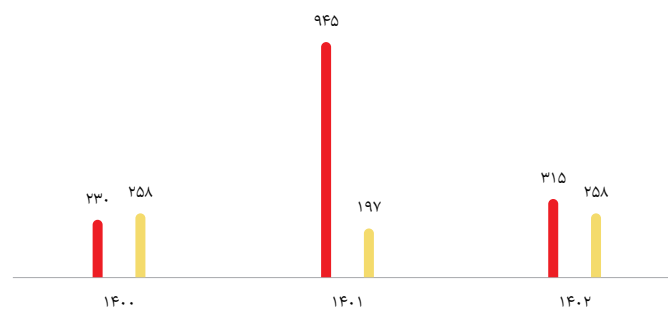


• وزارت صنعت، معدن و تجارت - گزارش عملکرد سالانه

میانگین ارزش سرمایه‌گذاری برای تأسیس یک واحد صنعتی مواد غذایی در سال ۱۴۰۲ در استان‌ها و مناطق آزاد صنعتی به ترتیب به ۲۶ و ۳۱ میلیارد تومان رسیده است.

میانگین ارزش سرمایه‌گذاری واحدهای بهره‌بردار شده در صنایع غذایی منتخب به تفکیک مناطق آزاد و استان‌ها - ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۲ (میلیارد ریال)

● استان‌ها ● مناطق آزاد

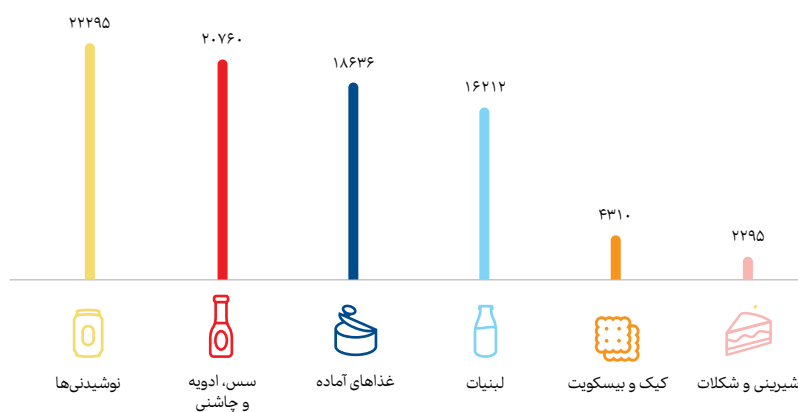


• وزارت صنعت، معدن و تجارت - گزارش عملکرد سالانه



متوسط ظرفیت نوشیدنی‌ها، انواع چاشنی‌ها و غذاهای آماده به ترتیب ۲۲، ۲۱ و ۱۸ میلیون تن در سال است. میانگین ظرفیت تولیدکنندگان لبنیات، شیرینی و بیسکویت پایین‌تر از گروه‌های نامبرده است.

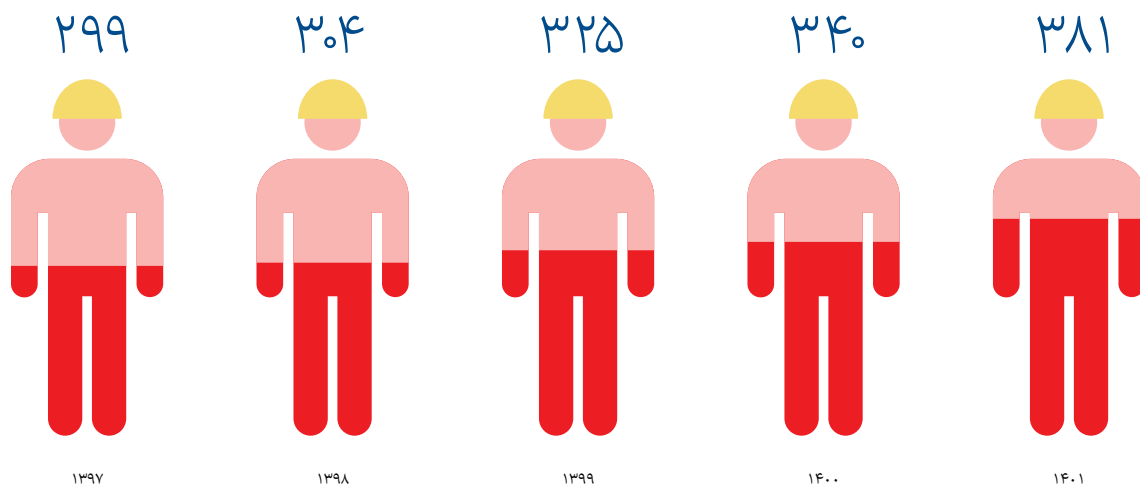
ظرفیت تولید صنایع غذایی (هزار تن)



سهم نیروی کار از ارزش افزوده صنایع غذایی

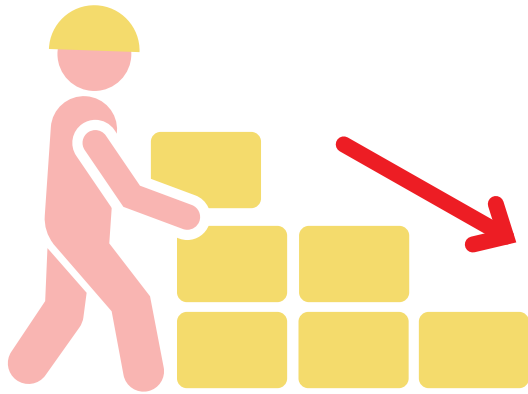
تعداد کارکنان رسمی کارخانه‌های صنایع غذایی در سال‌های اخیر به طور مستمر افزایش یافته است و در سال ۱۴۰۱ به بیش از ۳۸۱ هزار نفر رسیده است. صنایع غذایی جزء صناعی است که به شدت به نیروی انسانی وابسته است.

تعداد کارکنان صنایع غذایی منتخب (هزار نفر)



• طرح جامع آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی کشور - مرکز آمار

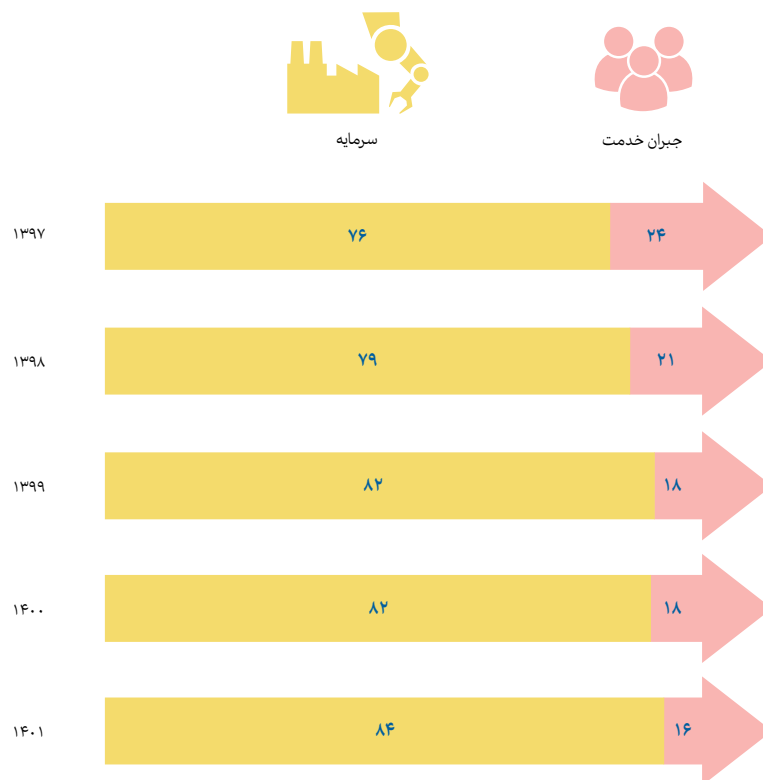




صنایع غذایی، فعالیتی کاربر هستند.
 سهم نیروی کار از ارزش افزوده تولید
 از ۲۴ درصد در سال ۱۳۹۷ به ۱۶ درصد
 در سال ۱۴۰۱ رسیده است.

باتوجه به تغییرات تعداد کارکنان و سهم نیروی کار از ارزش افزوده، به نظر می‌رسد که مدیران این صنعت استراتژی حفظ نیروهای کارآمد و افزایش دستمزد و بهره‌وری را در دستور کار خود قرار داده‌اند.

سهم نیروی کار (جبران خدمات) و سرمایه از ارزش افزوده تولیدی صنایع غذایی (درصد)

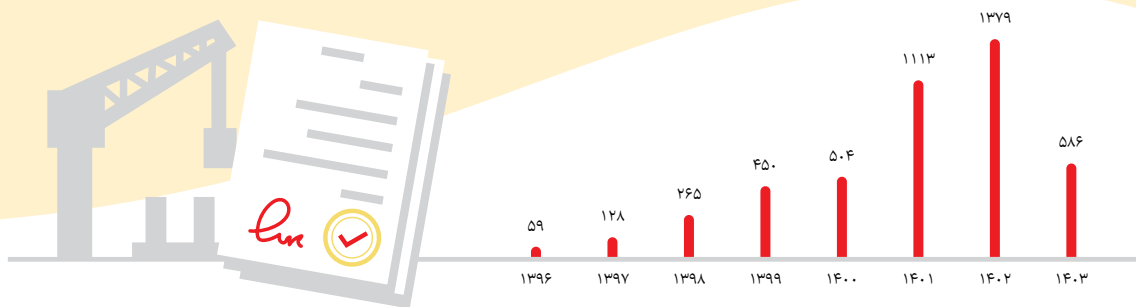




برنامه‌ها و گرایش‌های سرمایه‌گذاری

روند اتخاذ جواز تأسیس برای واحدهای صنعتی صنایع غذایی در سال ۱۴۰۳ کاهش یافته است.

جواز تأسیس واحدهای صنعتی صنایع غذایی منتخب - ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۳ (واحد صنعتی)



● گزارش طرح‌های در دست اجرا - وزارت صنعت، معدن و تجارت

تفکیک جغرافیایی طرح‌های صنعتی در حال ساخت در صنایع غذایی نشان‌دهنده کاهش سرمایه‌گذاری در استان تهران و افزایش سرمایه‌گذاری در استان آذربایجان شرقی بوده است. طبق آمارهای موجود پس از استان آذربایجان شرقی، استان‌های فارس، یزد و خراسان رضوی مقصد اصلی جذب سرمایه‌گذاری‌های در صنایع غذایی هستند.

طرح‌های صنعتی صنایع غذایی منتخب به تفکیک استان‌ها - ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۳ (واحد صنعتی)

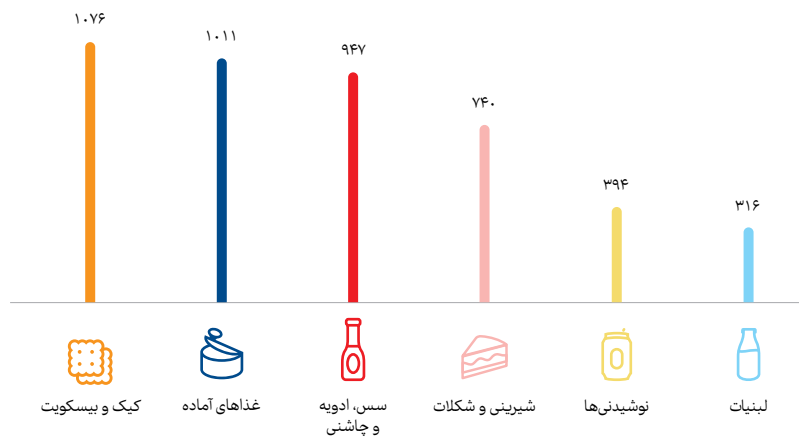


● گزارش طرح‌های در دست اجرا - وزارت صنعت، معدن و تجارت

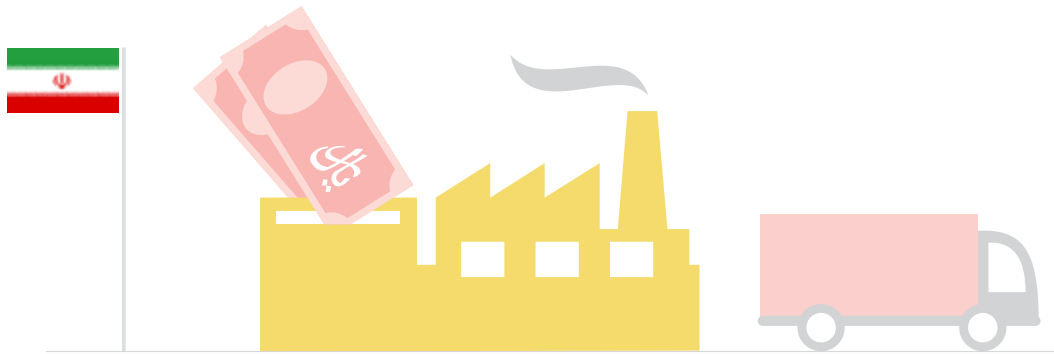


سه گروه کالایی «کیک و بیسکویت»، «غذاهای آماده» و «سس، ادویه و چاشنی» بیشترین سهم از سرمایه‌گذاری‌های جدید در گروه‌های کالایی منتخب را به خود اختصاص می‌دهند.

تعداد طرح‌های در دست اجرا به تفکیک گروه‌های کالایی در صنایع غذایی منتخب - ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۳ (واحد صنعتی)

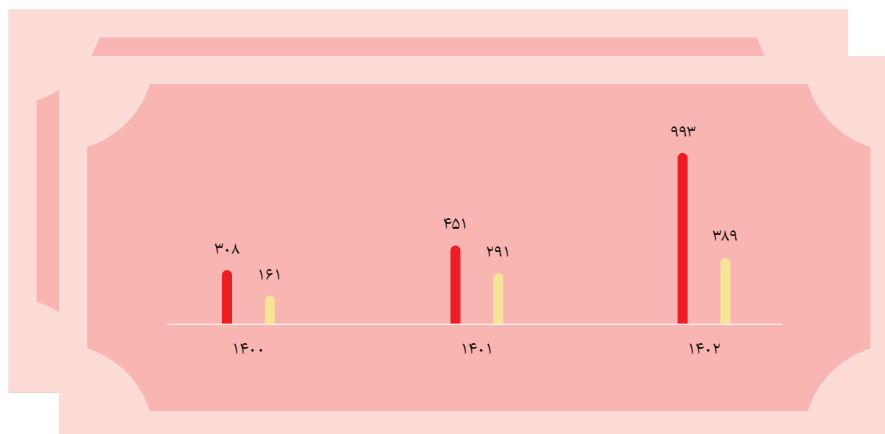


میانگین ارزش سرمایه‌گذاری موردنیاز برای تأسیس واحدهای صنعتی جدید در مناطق آزاد بسیار بالاتر از سایر مناطق است. این شاخص در مناطق آزاد از ۳۱ میلیارد تومان در سال ۱۴۰۰ به ۱۰۰ میلیارد تومان در سال ۱۴۰۲ رسیده است. این شاخص در استان‌ها نیز روندی افزایشی داشته و از ۱۶ میلیارد تومان در سال ۱۴۰۰ به ۳۹ میلیارد تومان در سال ۱۴۰۲ رسیده است.



میانگین ارزش سرمایه‌گذاری طرح‌های صنایع غذایی منتخب به تفکیک استان‌ها و مناطق آزاد (میلیارد ریال)

استان‌ها ● مناطق آزاد ●



چشم انداز بازار از منظر فعالان صنایع غذایی

ریسک‌ها

شرکت‌های فعال به رتبه‌بندی ریسک‌های فعالیت‌های صنعتی خود نیز می‌پردازند. در این قسمت به ترتیب مهم‌ترین ریسک‌های شرکت‌های صنایع غذایی مورد بررسی قرار خواهند گرفت:

ریسک تجاری



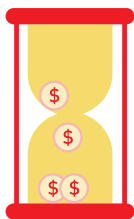
تولیدکنندگان محصولات غذایی بسته‌بندی‌شده کاهش تقاضای داخلی محصولات غذایی و کاهش صادرات را اصلی‌ترین ریسک فعالیت‌های اقتصادی خود توصیف می‌کنند. کاهش مصرف داخلی در پی بحران هزینه و کاهش توان خرید خانوار به وجود آمده است. صادرات مواد غذایی نیز در طی سال‌های اخیر تحت تأثیر ممنوعیت‌های داخلی و خارجی نوسان داشته است.

نرخ ارز



باتوجه به واردات انواع مواد اولیه برای تولید محصولات غذایی بسته‌بندی‌شده، تغییرات نرخ ارز دومین ریسک مهم فعالان صنایع غذایی عنوان شده است. باتوجه به حذف ارز ترجیحی، افزایش نرخ ارز در طول زنجیره تأمین محصولات غذایی مختلف، به خصوص لبنیات، تأثیر بیشتری خواهد داشت.

ریسک نقدینگی



باتوجه به زنجیره تأمین طولانی محصولات غذایی بسته‌بندی‌شده، فاصله زمانی تأمین مواد اولیه تا تسویه حساب با خرده‌فروشی‌ها بسیار زیاد است؛ بنابراین شرکت‌های صنایع غذایی برای تأمین نقدینگی و حفظ ثبات مالی با مشکلات زیادی دست‌وپنجه نرم می‌کنند. این مشکلات برای شرکت‌های بزرگی که خود شرکت‌های پخش و یا خرده‌فروشی تأسیس کرده‌اند، کم‌رنگ‌تر است.

ماده اولیه

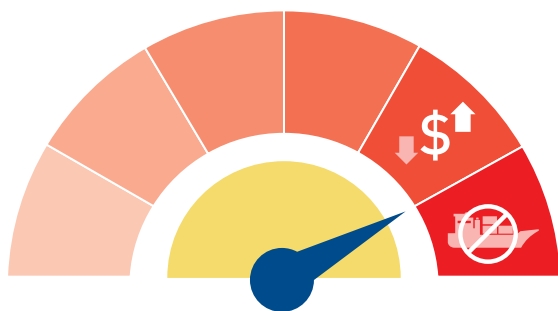


تأمین مواد اولیه برای تولیدکنندگان صنایع غذایی از دو منظر دارای ریسک است. در وهله اول افزایش قیمت نهاده‌های دامی و سایر کالاهای اساسی باعث افزایش قیمت برخی مواد اولیه تولیدی در داخل مانند شیر و مرغ و تخم‌مرغ شده است. افزایش قیمت‌ها باعث تعطیلی تولیدی‌ها و کاهش عرضه این محصولات نیز شده است. در وهله دوم تحریم‌های بین‌المللی باعث افزایش قیمت سایر مواد اولیه وارداتی مانند اسانس‌ها و رنگ‌ها شده است. این مهم باعث کاهش کیفیت محصولات وارداتی و افزایش قیمت نهایی محصولات شده است.

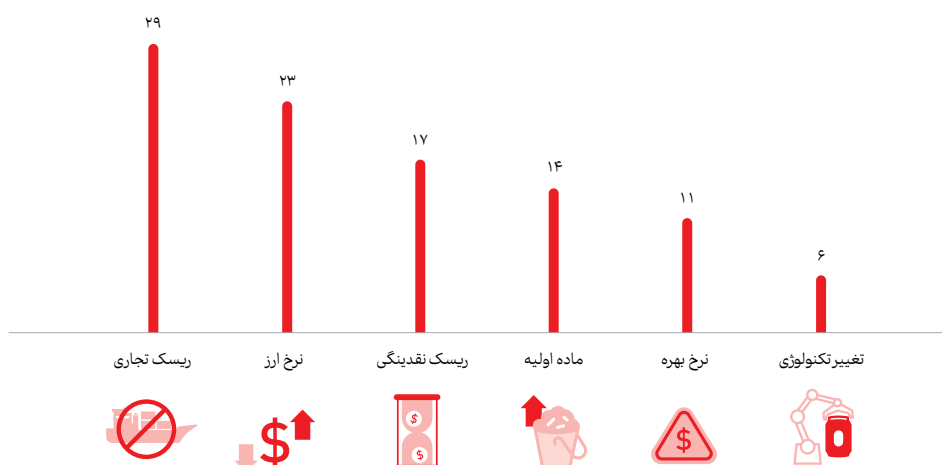
امتیاز ریسک

با تحلیل محتوای گزارش شرکت‌های بورسی، میزان اثرگذاری و اهمیت ریسک‌های مختلف در صنایع شیمیایی رتبه‌بندی و امتیازدهی شده است.^۱

بر اساس سیستم امتیازدهی جدید
ریسک تجاری و ریسک نرخ ارز
مهم‌ترین ریسک‌های تولیدکنندگان
داخلی صنایع غذایی محسوب
می‌شوند.



ریسک‌های اصلی فعالان صنایع غذایی منتخب (نمره ریسک)



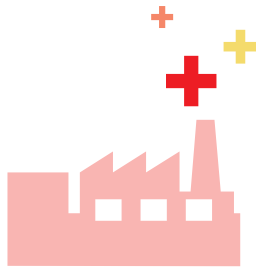
● سازمان بورس - سامانه کدال - تفسیر مدیریتی شرکت‌های بورسی

۱. در مرحله اول با توجه به ترتیب اهمیت ریسک عوامل مختلف در هر شرکت بورسی، هر عامل امتیازی می‌گیرد؛ در مرحله بعد امتیازدهی عوامل مختلف در تمامی شرکت‌های بورسی جمع می‌شود. در نهایت امتیازات به‌دست آمده نرمالایز شده و سهم (درصد) هر عامل در قالب امتیاز از ۱۰۰ بین عوامل مختلف تقسیم می‌شود.

استراتژی‌ها

شرکت‌های فعال در بورس اهم فعالیت‌های خود برای آینده میان‌مدت را اعلام می‌کنند، این برنامه‌ریزی‌ها می‌تواند به‌عنوان راهنما برای پیش‌بینی آینده این صنعت مورد استفاده قرار گیرد. راهبردهای شرکت‌های بورسی صنایع غذایی منتخب در محورهای مختلف به شرح زیر است:

افزایش تولید



در حال حاضر بسیاری از کارخانه‌های صنایع غذایی کشور تنها بخشی از ظرفیت تولید خود را مورد استفاده قرار می‌دهند؛ افزایش هزینه‌های تولید و امکان صادرات به کشورهای همسایه باعث افزایش انگیزه تولیدکنندگان برای بهره‌گیری از سهم بیشتری از ظرفیت تولید را در پی داشته است.

پخش محصولات



باتوجه به فاصله زمانی طولانی تولید محصولات غذایی تا خرید مصرف‌کنندگان نهایی و همچنین نظام سنتی توزیع و خرده‌فروشی این محصولات، تولیدکنندگان در سال‌های اخیر به سمت تأسیس واحدهای پخش مویرگی و همچنین تأسیس فروشگاه‌های زنجیره‌ای در سطح خرده‌فروشی مبادرت ورزیده‌اند.

بسته‌بندی



مراحل مختلف بسته‌بندی محصولات غذایی گاهی به‌صورت برون‌سپاری و توسط شرکت‌های بسته‌بندی انجام می‌شود. در سال‌های اخیر با افزایش قیمت مواد اولیه بسته‌بندی، شرکت‌های صنایع غذایی برای کاهش هزینه‌های تولید و زمان خواب نقدینگی تصمیم به ورود به این بخش از صنعت گرفته‌اند.

صادرات



باتوجه به بحران هزینه خانوار و کاهش مصرف محصولات غذایی در داخل کشور، بسیاری از تولیدکنندگان بزرگ تصمیم به افزایش سهم بازارهای صادراتی گرفته‌اند.

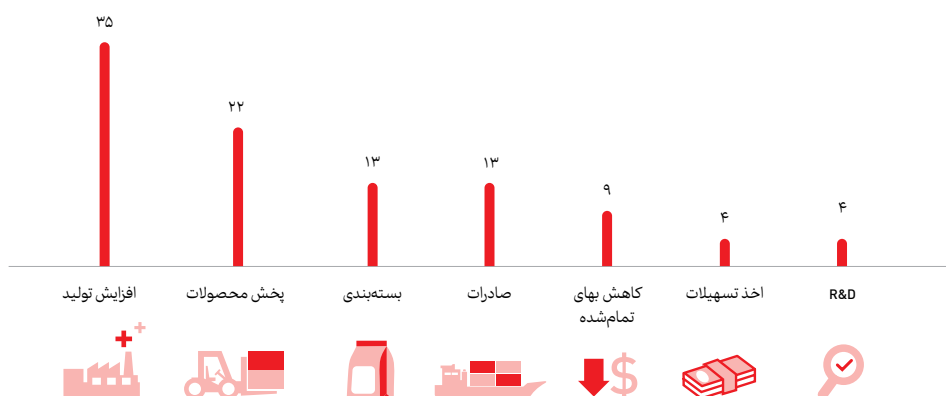
امتیاز استراتژی

با تحلیل محتوای گزارش‌های شرکت‌های بورسی، راهبردهای اصلی شرکت‌های بورسی فعال در صنایع غذایی رتبه‌بندی و امتیازدهی شده است.^۱



شرکت‌های فعال افزایش تولید، ورود به زنجیره پخش و خرده‌فروشی محصولات و همچنین افزایش سهم بازارهای صادراتی را مهم‌ترین راهبردهای خود در دوره حاضر معرفی کرده‌اند.

استراتژی‌های اصلی تولیدکنندگان داخلی محصولات غذایی منتخب (نمره استراتژی)



● سازمان بورس - سامانه کدال - تفسیر مدیریتی شرکت‌های بورسی

۱. در مرحله اول با توجه به ترتیب اهمیت استراتژی‌های مختلف در هر شرکت بورسی، هر استراتژی امتیازی می‌گیرد؛ در مرحله بعد استراتژی‌های مختلف در تمامی شرکت‌های بورسی جمع می‌شود. در نهایت امتیازات بدست آمده نرمالایز شده و سهم (درصد) هر عامل در قالب امتیاز از ۱۰۰ بین استراتژی‌های مختلف تقسیم می‌شود.

بازار داخلی محصولات غذایی



ارزش بازار داخلی محصولات غذایی منتخب در پنج سال گذشته بیش از پنج و نیم برابر شده است.

در این بین سیر صعودی افزایش ارزش مصرف در سه سال گذشته تندتر شده است. به طور کلی در سه سال گذشته افزایش هزینه خرید محصولات غذایی منتخب با نرخ کمتری نسبت به تورم این محصولات افزایش یافته است؛ بنابراین با تعدیل این ارقام با تورم عمومی، ارزش واقعی مصرف این گروه از محصولات غذایی کاهش یافته است. ارزش بازار مواد غذایی بسته بندی شده در سال ۱۴۰۳، ۲۸ درصد نسبت به سال پیش از آن افزایش یافته است.

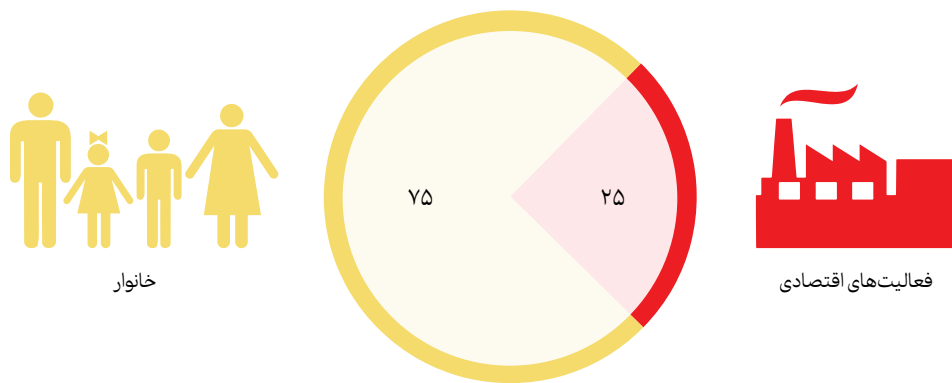
ارزش مجموع مصرف داخلی محصولات غذایی منتخب (هزار میلیارد ریال)





خانوارها مهم‌ترین تقاضاکنندگان محصولات غذایی منتخب به شمار می‌روند.

سهم مصرف محصولات غذایی (درصد)

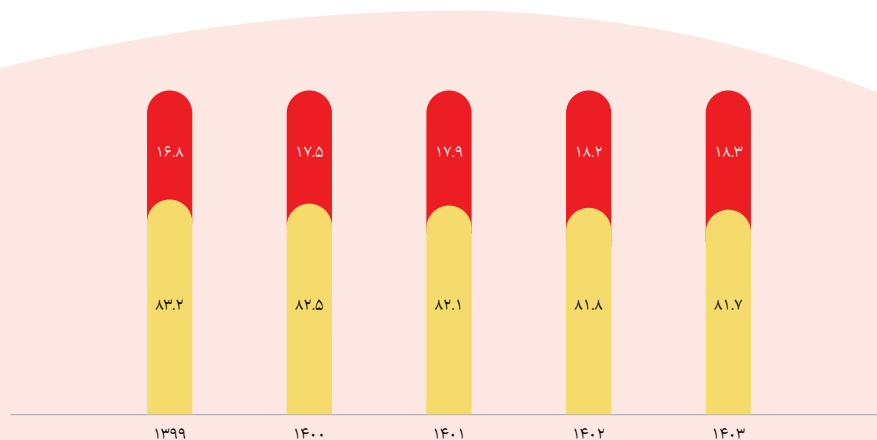


جدول داده - ستانده - ۱۳۹۵

سهم گروه‌های کالایی منتخب از مجموع هزینه‌های خوراکی در خانوارهای شهری در سال‌های اخیر افزایش یافته است و در سال ۱۴۰۳ به بیش از ۱۸.۳ درصد رسیده است.

سهم گروه‌های کالایی منتخب از هزینه محصولات خوراکی و آشامیدنی خانوار شهری (درصد)

گروه کالایی منتخب ● سایر محصولات غذایی ●

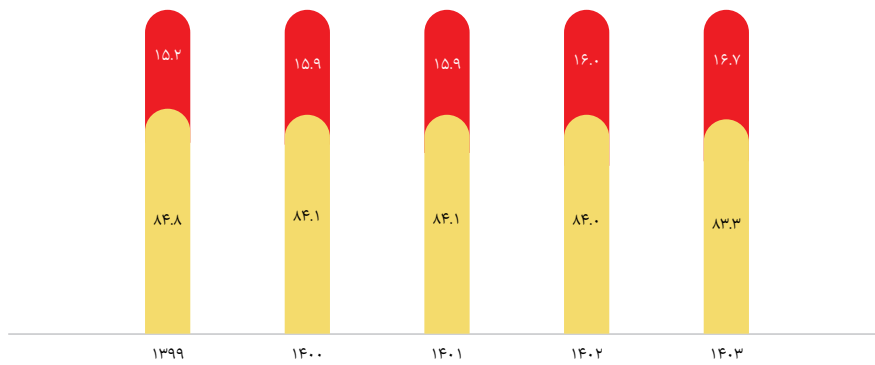


بودجه خانوار - مرکز آمار

سهم محصولات غذایی منتخب از هزینه‌های خوراکی در خانوارهای روستایی از ۱۵ درصد در سال ۱۳۹۹ به ۱۷ درصد در سال ۱۴۰۳ رسیده است.

سهم گروه‌های کالایی منتخب از هزینه محصولات خوراکی و آشامیدنی خانوار روستایی (درصد)

● گروه کالایی منتخب ● سایر محصولات غذایی

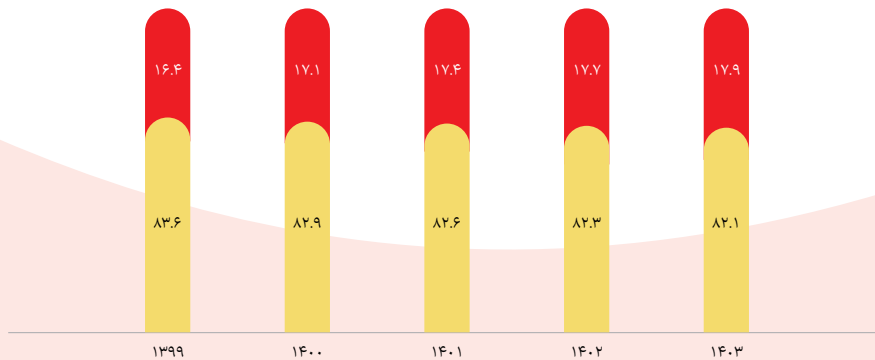


● بودجه خانوار - مرکز آمار

به طور میانگین سهم محصولات غذایی منتخب از هزینه خوراکی خانوار از ۱۶ درصد در سال ۱۳۹۹ به ۱۸ درصد در سال ۱۴۰۳ رسیده است.

سهم گروه‌های کالایی منتخب از هزینه محصولات خوراکی و آشامیدنی خانوار (درصد)

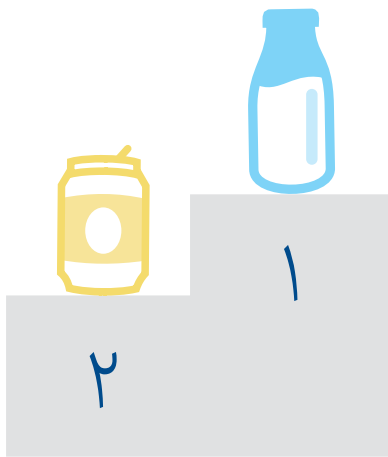
● گروه کالایی منتخب ● سایر محصولات غذایی



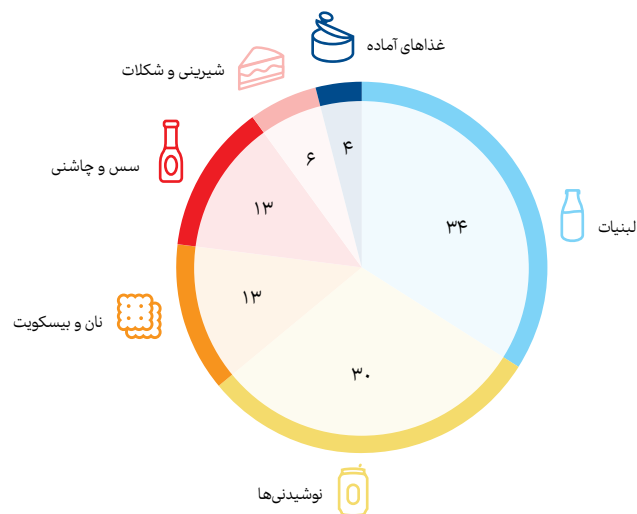
● بودجه خانوار - مرکز آمار

مصرف داخلی به تفکیک محصولات

لبنیات بیشترین سهم از بازار محصولات غذایی منتخب را به خود اختصاص می‌دهند. گروه کالایی **نوشیدنی‌ها** در رتبه بعدی قرار دارد.



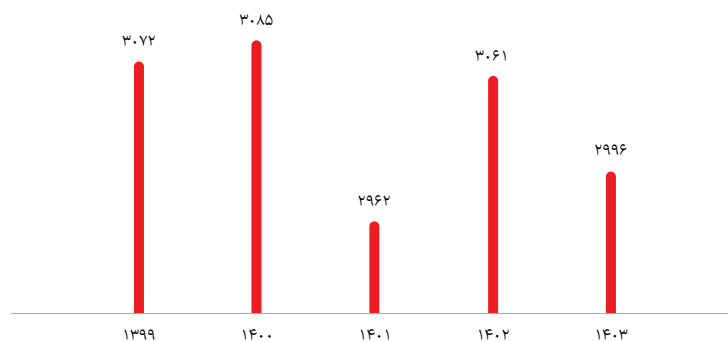
سهم محصولات غذایی از سبد محصولات منتخب - ۱۴۰۳ (درصد)





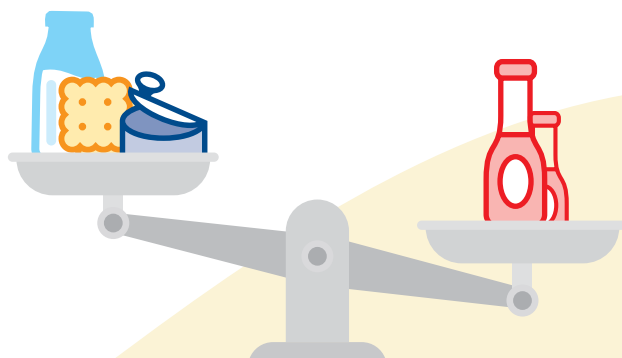
حجم مصرف داخلی محصولات غذایی منتخب در چهار سال اخیر روندی نزولی را طی کرده است و در سال ۱۴۰۳ به طور مشخص ۲ درصد نسبت به سال پیش از آن کاهش یافته است.

حجم مصرف داخلی محصولات منتخب (هزار تن)



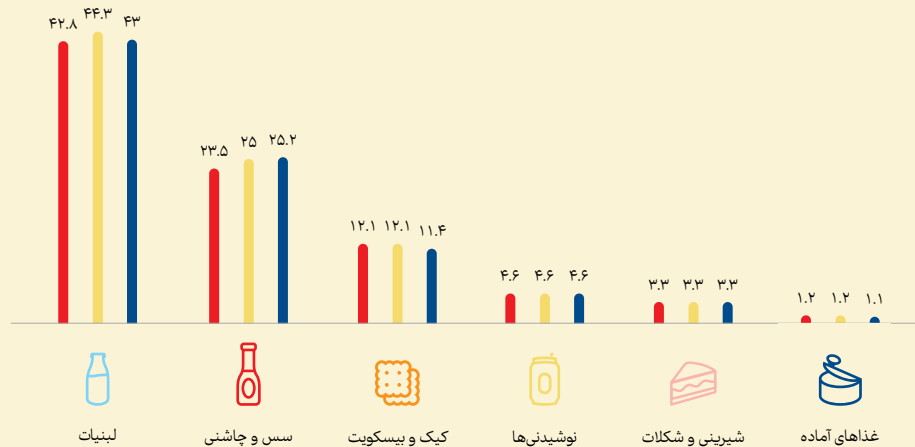
محصولات غذایی منتخب به عنوان بخشی از کالاهای خوراکی و آشامیدنی‌ها، کالاهای ضروری خانوار محسوب می‌شوند. با این وجود، بحران هزینه - درآمد خانوار در سال‌های گذشته باعث کاهش قابل ملاحظه حجم مصرف خانوار شده است.

در سال‌های گذشته مصرف «محصولات لبنی»، «کیک و بیسکویت» و «غذاهای آماده» در بین خانوارهای ایرانی کاهش یافته است. در مقابل حجم مصرف گروه کالایی «سس، ادویه و چاشنی» افزایش یافته است.



متوسط حجم مصرف سالانه خانوار (کیلوگرم)

● ۱۴۰۱ ● ۱۴۰۲ ● ۱۴۰۳



برآورد تغییرات مصرف آینده

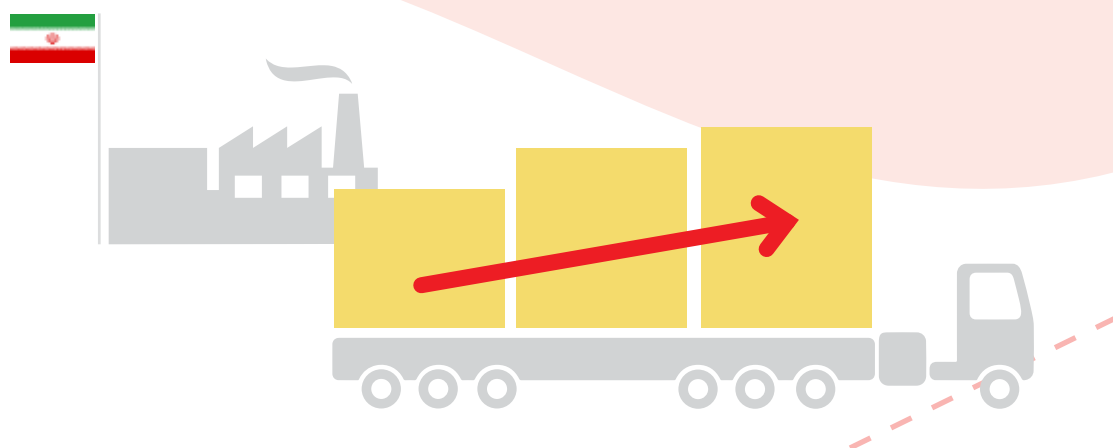
تقاضای داخلی محصولات غذایی منتخب در سال‌های اخیر با افت همراه بوده است. در شرایط اقتصادی فعلی، در کوتاه‌مدت تقاضای داخلی برای این محصولات افزایش قابل‌ملاحظه‌ای نخواهد داشت.



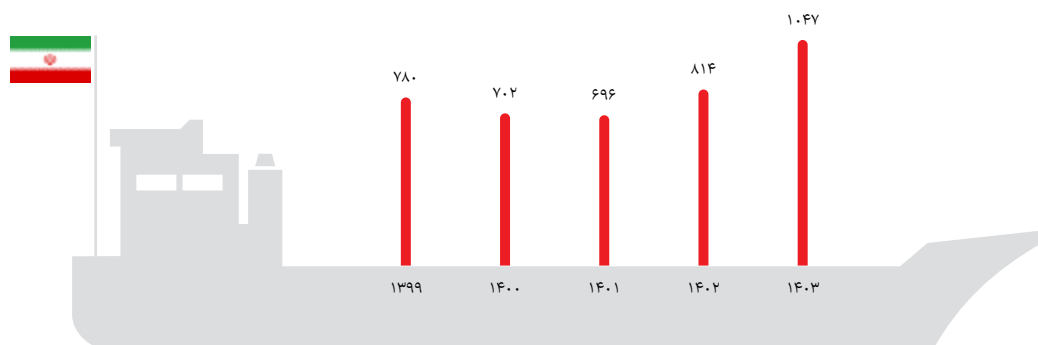
صادرات و واردات

صادرات

پس از افت صادرات مواد غذایی در سال‌های ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ طی دو سال گذشته روند صادرات مواد غذایی مجدداً افزایش پیدا کرده است و در سال ۱۴۰۳ این شاخص به بیش از یک میلیارد دلار رسیده است.

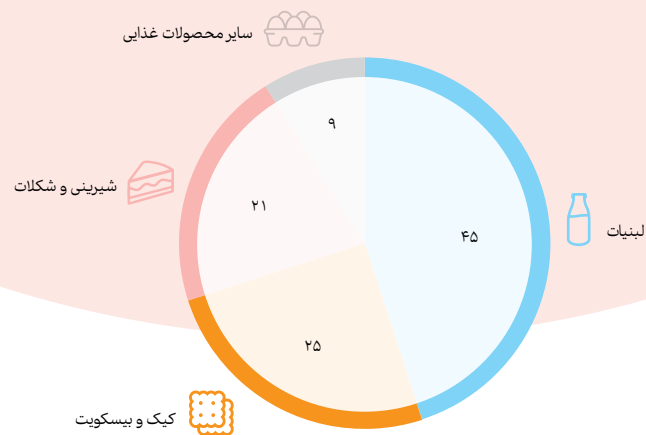


ارزش صادرات محصولات غذایی (میلیون دلار)



در حال حاضر محصولات لبنی اصلی‌ترین محصولات غذایی منتخب صادراتی محسوب می‌شوند. کیک و بیسکویت و شیرینی و شکلات در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

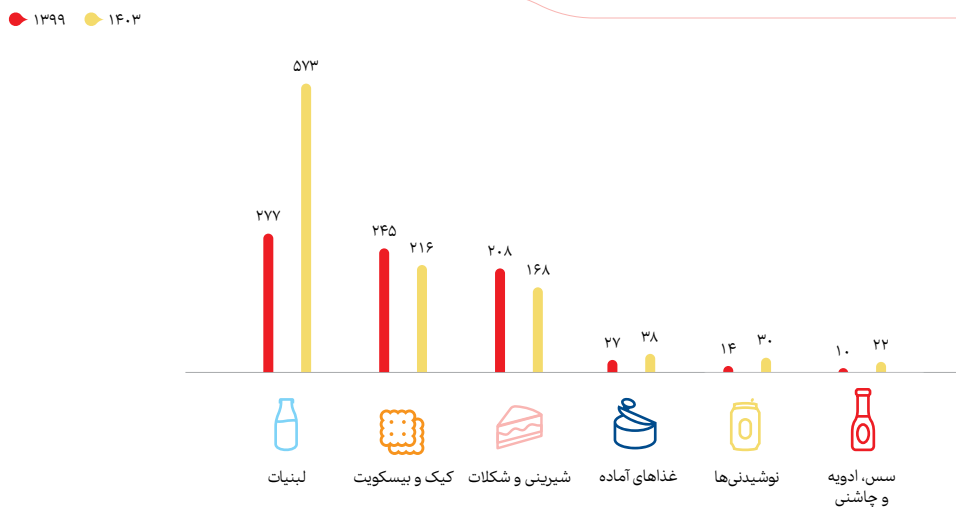
سهم محصولات غذایی از صادرات - ۱۴۰۳ (درصد)



www.trademap.org

صادرات محصولات لبنی در سال ۱۴۰۳ نسبت به سال ۱۳۹۹ تقریباً دو برابر شده است. در مقابل در همین بازه زمانی صادرات «کیک و بیسکویت» و «شیرینی و شکلات» کاهش پیدا کرده است. صادرات سایر گروه‌های کالایی نیز در پنج سال اخیر افزایش یافته است. باین‌وجود سهم این گروه‌های کالایی در مقابل لبنیات و فرآورده‌های غلات ناچیز است.

ارزش صادرات انواع محصولات غذایی منتخب (میلیون دلار)

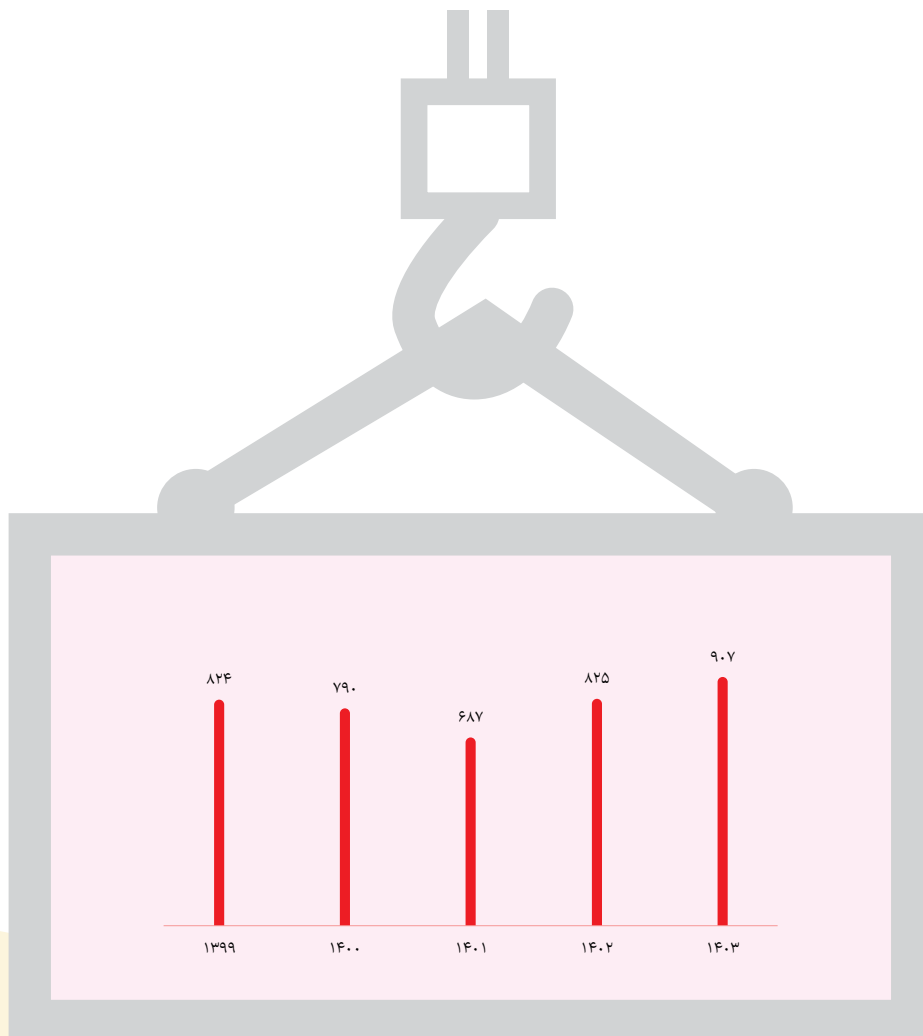


www.trademap.org



حجم صادرات محصولات غذایی منتخب از ۶۸۷ هزار تن در سال ۱۴۰۱ به ۹۰۷ هزار تن در سال ۱۴۰۳ رسیده است.

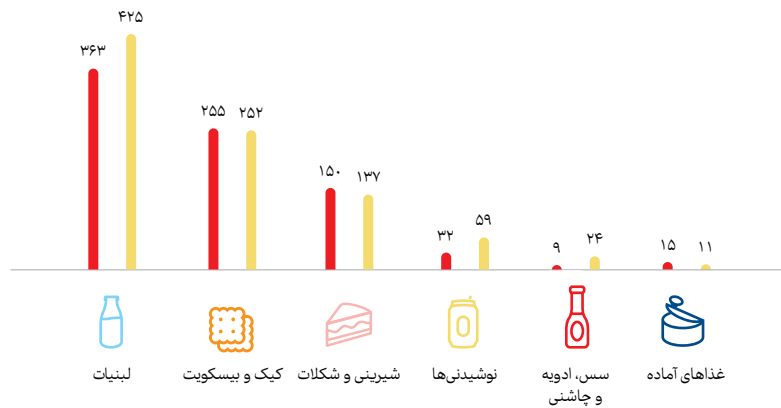
حجم صادرات محصولات غذایی (هزار تن)



در حالی که ارزش صادرات محصولات لبنی در پنج سال اخیر بیش از دو برابر شده است، حجم صادرات تنها ۱۷ درصد افزایش یافته است؛ بنابراین می‌توان نتیجه‌گیری کرد که محصولاتی با ارزش افزوده بیشتر در این سال‌ها صادر شده است.

حجم صادرات محصولات غذایی منتخب (هزار تن)

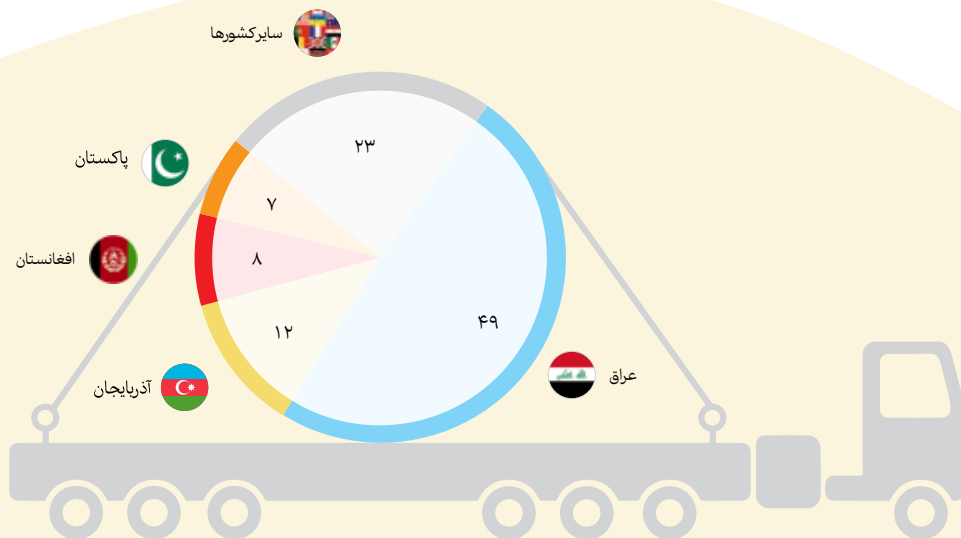
● ۱۳۹۹ ● ۱۴۰۳



www.trademap.org ●

کماکان کشورهای همسایه به‌عنوان مقصد اصلی صادرات محصولات غذایی به شمار می‌روند.

مقاصد عمده صادرات محصولات غذایی - ۱۴۰۲ (درصد)

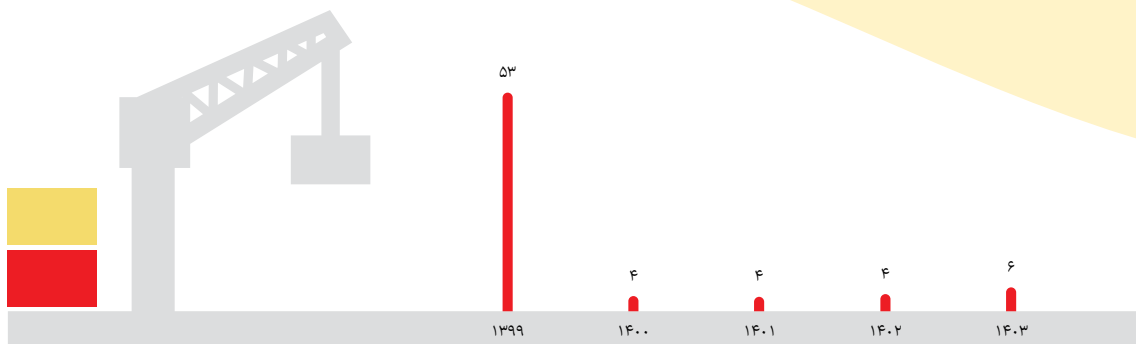


www.trademap.org ●

واردات

واردات برخی از محصولات غذایی تحت عنوان کالاهای اساسی مشمول ارز ارزان قیمت بود. در مقابل واردات برخی از محصولات غذایی بسته‌بندی شده نیز در سال‌های اخیر ممنوع اعلام شد. ارزش واردات مواد غذایی در چهار سال گذشته به سطح چهار تا شش میلیون دلار رسیده است.

ارزش واردات محصولات غذایی (میلیون دلار)



www.trademap.org

محصولات لبنی و به طور مشخص کره حیوانی اصلی‌ترین محصول وارداتی در بین محصولات غذایی منتخب محسوب می‌شد. واردات این محصول در سال‌های اخیر به شدت کاهش پیدا کرده است. در سال ۱۴۰۳ ارزش واردات گروه کالایی چاشنی‌ها و نوشیدنی‌ها به ترتیب به ۵ و یک میلیون دلار رسیده است.

ارزش واردات انواع محصولات غذایی منتخب (میلیون دلار)

● ۱۳۹۹ ● ۱۴۰۳

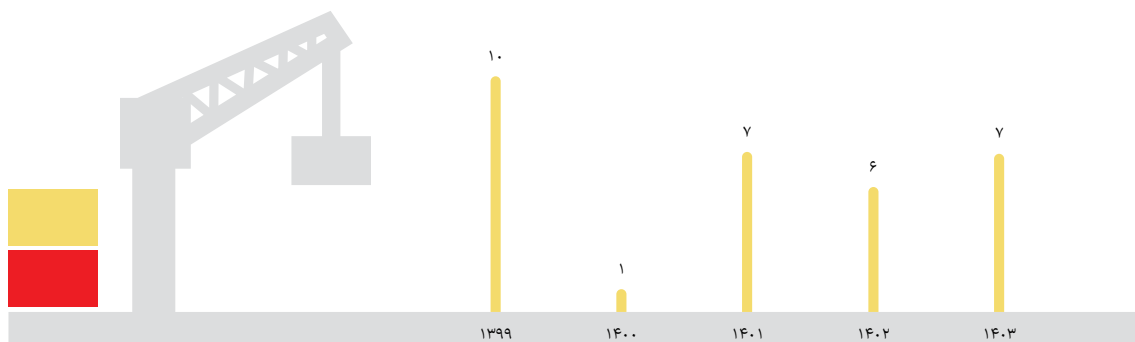


www.trademap.org

حجم محصولات وارداتی به کشور از ۵۲ هزار تن در سال ۱۳۹۸ به **هفت هزارتن** در سال ۱۴۰۳ رسیده است.



حجم واردات محصولات غذایی (میلیون دلار)

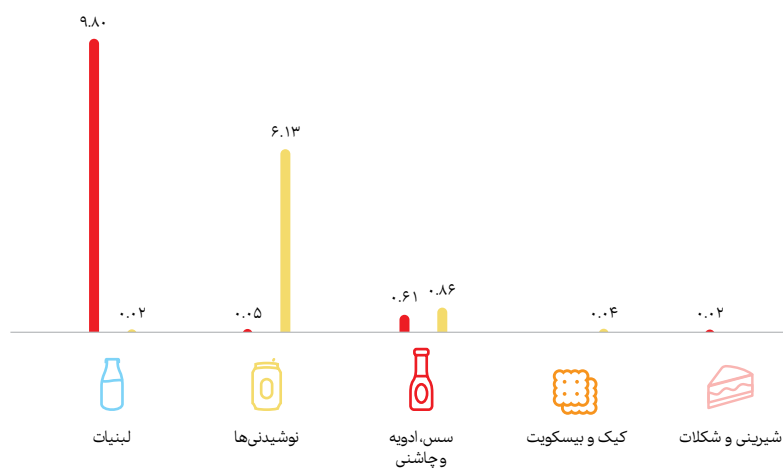




حجم واردات گروه کالایی نوشیدنی‌ها در سال ۱۴۰۳ به بیش از ۶ هزار تن رسیده است.

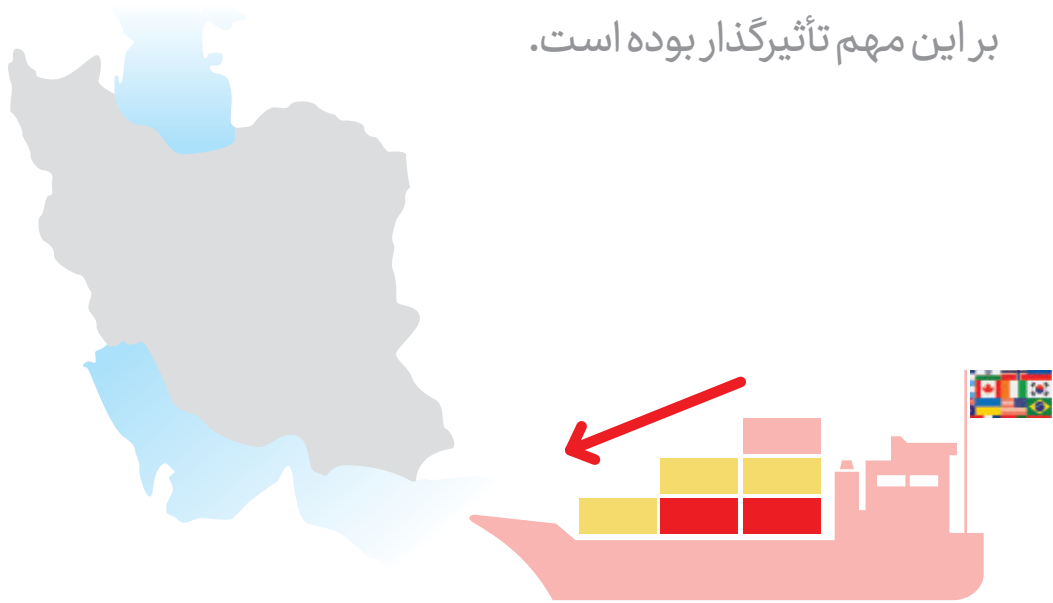
حجم واردات انواع محصولات غذایی منتخب (هزار تن)

● ۱۳۹۹ ● ۱۴۰۳

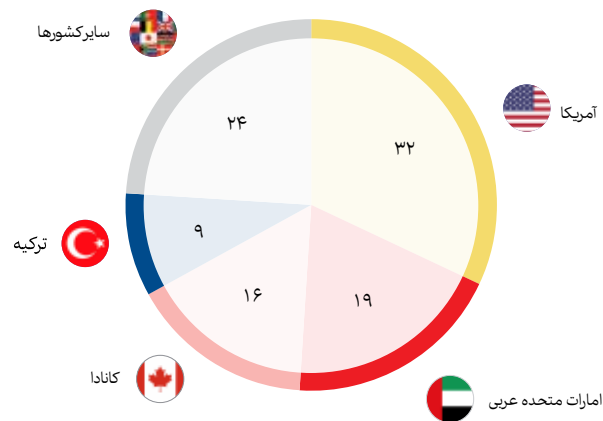


مبادی واردات

ترکیب مبادی وارداتی محصولات غذایی در سال‌های اخیر به شدت تغییر کرده است. **کاهش سطح واردات** برای این مهم تأثیرگذار بوده است.



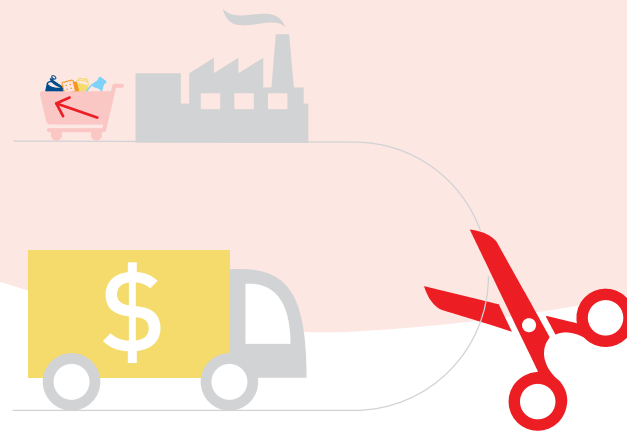
مبادی عمده واردات محصولات غذایی - ۱۴۰۳ (درصد)



قیمت

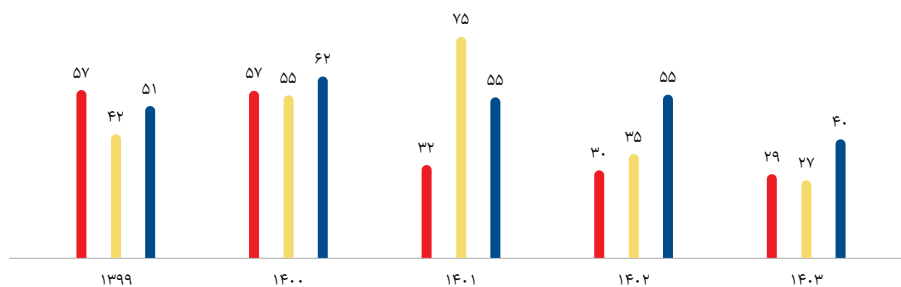
تورم تولیدکننده

با تغییر سیاست تخصیص ارز ترجیحی در سال ۱۴۰۱، تورم تولیدکننده محصولات غذایی و آشامیدنی در سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ فراتر از شاخص کل تورم تولیدکننده رفته بود. این شاخص در سال ۱۴۰۳ مجدداً کاهش یافته است و به ۲۷ درصد رسیده است. این در حالی است که شاخص کل تورم تولیدکننده بخش صنعت در سال ۱۴۰۳ به ۲۹ درصد رسیده است. تورم تولیدکننده در محصولات نوشیدنی از ۶۲ درصد در سال ۱۴۰۰ به ۴۰ درصد در سال ۱۴۰۳ رسیده است. این شاخص کماکان بسیار بالاتر از تورم تولیدکننده بخش صنعت و صنایع غذایی است. با توجه به سهم بالای هزینه بسته‌بندی و افزایش این بخش از هزینه‌ها متناسب با نرخ ارز، افزایش نرخ دلار در سال‌های اخیر اصلی‌ترین دلیل این تورم بالا ارزیابی می‌شود.



تورم تولیدکننده صنایع خوراکی و آشامیدنی (درصد)

● آشامیدنی ● خوراکی ● کل بخش صنعت

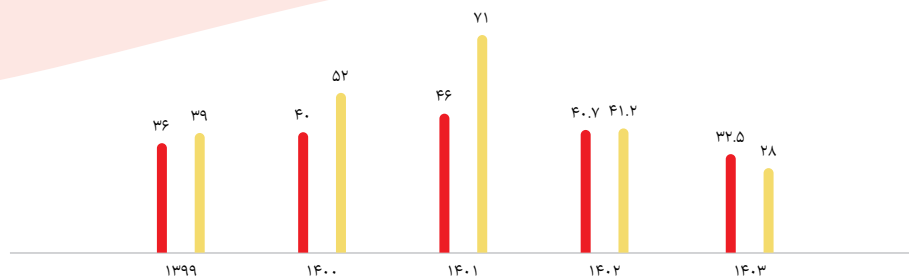


تورم مصرف‌کننده

تورم محصولات غذایی منتخب در سال‌های ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۲ بیشتر از شاخص عمومی تورم بوده است. شاخص عمومی تورم در سال ۱۴۰۳ فراتر از شاخص تورم محصولات خوراکی و آشامیدنی رفته است. این شاخص در سال ۱۴۰۱ به بیش از ۷۰ درصد و در سال ۱۴۰۲ به بیش از ۴۱ درصد رسیده بود. شاخص مذکور در سال ۱۴۰۳ تنها ۲۸ درصد بوده است.

تورم مصرف‌کننده محصولات خوراکی و آشامیدنی (درصد)

خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها ● شاخص کل تورم ●

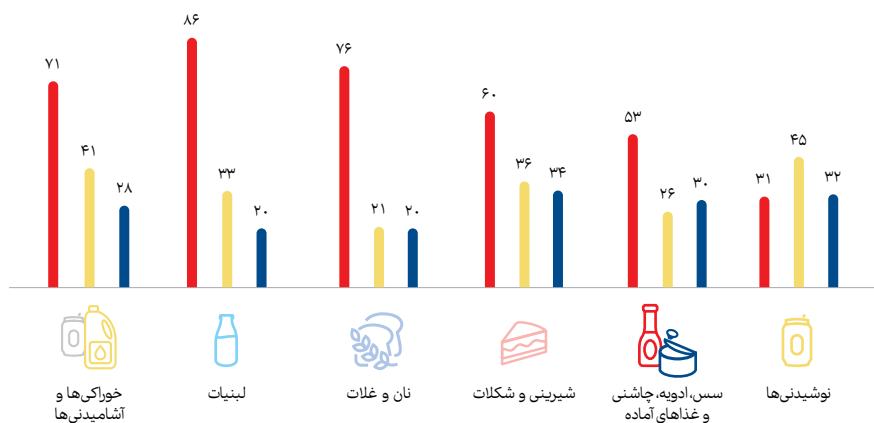


● شاخص‌های قیمت - مرکز آمار

تورم قیمت‌ها در گروه کالایی «نوشیدنی‌ها» و «شیرینی و شکلات» بیش از سایر محصولات بوده است. افزایش قیمت مواد اولیه علت اصلی افزایش قیمت ارزیابی می‌شود. دولت در قیمت‌گذاری بخش عمده‌ای از محصولات غذایی دخالت می‌کند. این اعمال نفوذ در کالاهای اساسی و روزمره بیشتر است. این روند با وجود تحولات اخیر در تخصیص ارز ترجیحی، کماکان ادامه دارد.

میانگین تورم سالانه مصرف‌کننده انواع محصولات خوراکی و آشامیدنی (درصد)

۱۴۰۱ ● ۱۴۰۲ ● ۱۴۰۳



● شاخص‌های قیمت - مرکز آمار

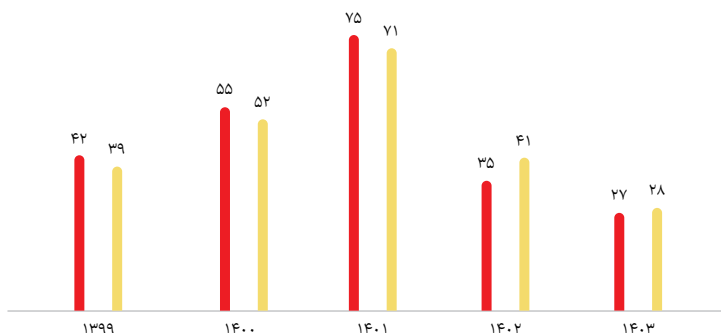
تا پیش از سال ۱۳۹۸
همواره شاخص تورم سالانه
مصرفکننده در صنایع غذایی
بیش از تورم تولیدکننده بود.



در سال‌های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ تورم تولیدکننده از تورم مصرفکننده پیشی گرفته است. این روند باعث افزایش فشار به تولیدکننده و همچنین نظام توزیع و خرده‌فروشی شده است. در سال ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ مجدداً شاهد افزایش تورم مصرفکننده نسبت به تولیدکننده هستیم. این تحولات باعث تغییر ترکیب بازیگران شده است و در مدت زمانی کوتاه بازیگران خرد و کوچک در نظام تولید و توزیع از چرخه اقتصادی خارج شده‌اند.

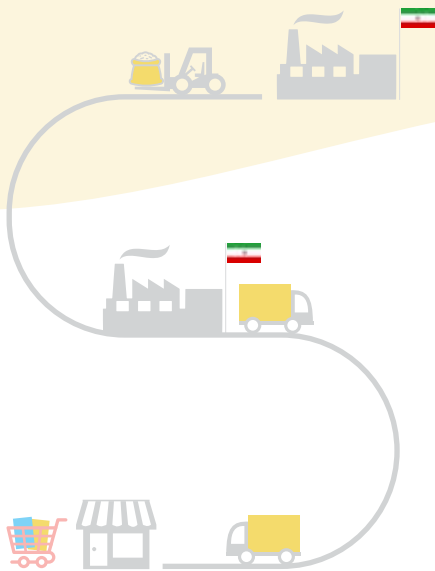
مقایسه شاخص تورم تولیدکننده و مصرفکننده محصولات غذایی (درصد)

● مصرفکننده ● تولیدکننده



زنجیره تأمین صنعت

هزینه‌های تولید

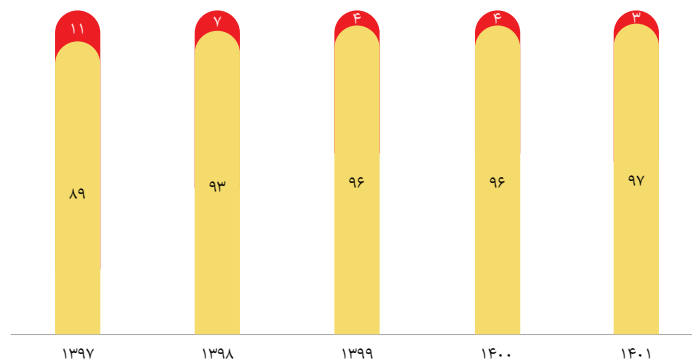


به‌طورکلی قسمت عمده‌ای از مواد اولیه موردنیاز صنایع غذایی منتخب داخل کشور تولید می‌شود.

واردات مواد اولیه بیشتر مربوط به محصولات فرآوری‌شده مانند اسانس‌ها، رنگ‌ها و سایر افزودنی‌های مواد غذایی است. در بین سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۴۰۱، سهم مواد اولیه وارداتی از کل مواد اولیه مورد نیاز صنایع غذایی منتخب از ۱۱ درصد به ۳ درصد رسیده است. این روند نشان‌دهنده جایگزینی محصولات وارداتی با محصولات تولید در داخل است.

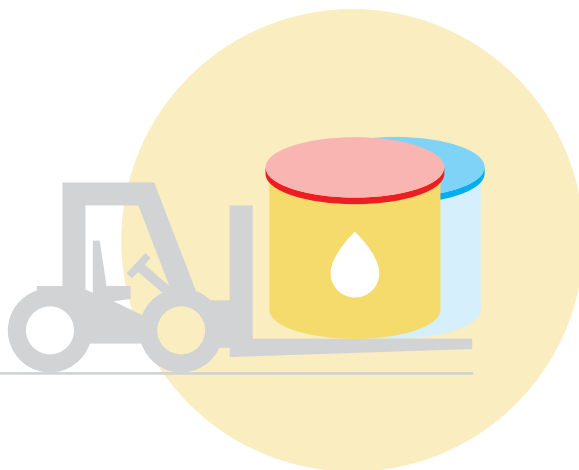
هزینه‌های تولید به تفکیک انواع مواد اولیه (درصد)

● مواد اولیه تولید داخل ● مواد اولیه وارداتی



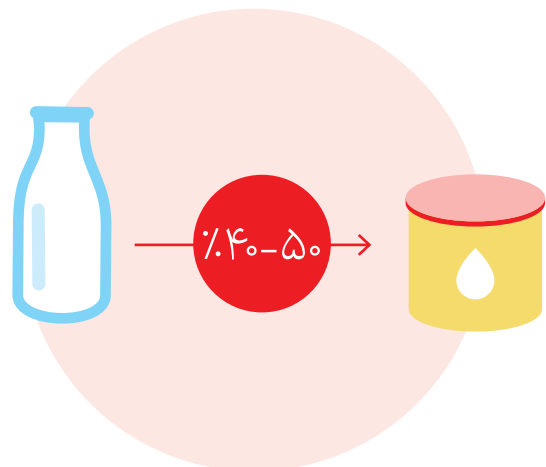
تجارت شیرخشک

کاهش مصرف محصولات لبنی در داخل کشور و همچنین کاهش فرصت‌های صادراتی در سال‌های اخیر بر سیاست‌های تولیدکنندگان لبنیات در کشور تأثیرگذار بوده است. در حالی که مجموع تقاضای بازارهای داخلی و صادراتی کاهش یافته است، تولیدکنندگان صنایع لبنی برای حفظ سهم خود از بازار شیر خام به خرید این محصول در سطوح پیشین ادامه می‌دهند. این فعالان صنعتی شیر خام خریداری شده مازاد بر مصرف خطوط تولیدی محصولات لبنی را به شیرخشک تبدیل می‌کنند. این محصول ارزش افزوده کمتری نسبت به سایر محصولات لبنی دارد.



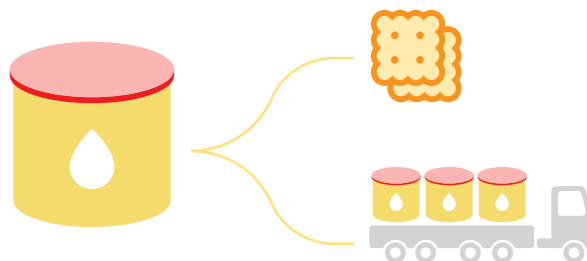
شیرخشک به دودسته کلی شیرخشک صنعتی، قابل مصرف در انواع محصولات غذایی و شیرخشک اطفال تقسیم می‌شود.

بنا به گفته فعالان این صنعت، بین ۴۰ تا ۵۰ درصد شیر تولیدی گاوداری‌ها، توسط خریداران به شیر خشک صنعتی تبدیل می‌شود.





تولیدکنندگان شیر خشک شامل شرکتهای لبنی و سایر شرکتهای صنایع غذایی می‌شود. شیر خشک تولیدی علاوه بر عرضه مستقیم به مصرفکنندگان در صنایع کیک و بیسکویت به عنوان ماده اولیه مورد استفاده قرار می‌گیرد. بخش عمده‌ای از شیر خشک تولیدی نیز به خارج از کشور صادر می‌شود.



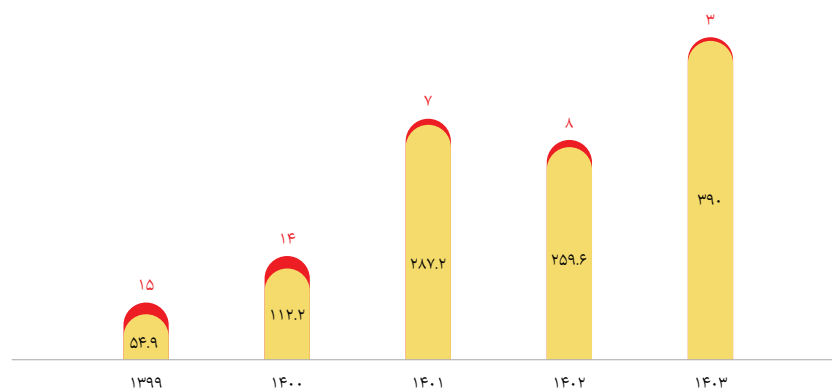
درحالی‌که نیاز داخلی و حجم واردات شیرخشک اطفال در سال‌های اخیر روندی ثابت و افزایشی را سپری می‌کند، تولیدکنندگان داخلی تنها حجم تولید و صادرات شیرخشک صنعتی را افزایش داده‌اند؛ بنابراین افزایش تولید شیرخشک صنعتی نتوانسته است نیاز کشور به واردات شیرخشک اطفال را پوشش دهد.

صادرات

ارزش صادرات شیر خشک صنعتی از ۷۰ میلیون دلار در سال ۱۳۹۹ به ۵۵ میلیون دلار در سال ۱۴۰۱ و ۲۶۰ میلیون دلار در سال ۱۴۰۲ رسیده است. این شاخص در سال ۱۴۰۳ به ۳۹۰ میلیون دلار رسیده است.

ارزش صادرات انواع شیر خشک (میلیون دلار)

اطفال ● صنعتی ●

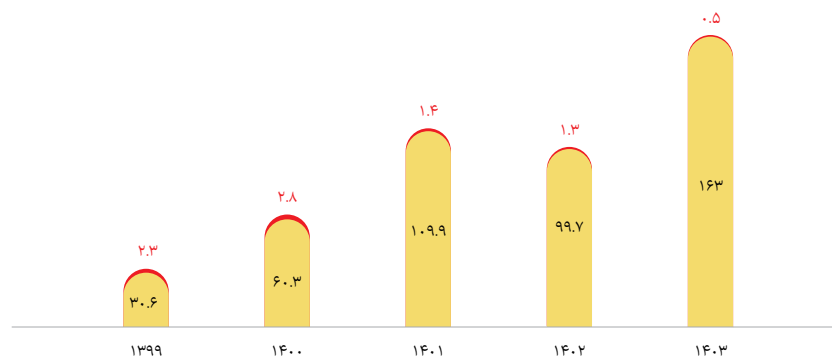


www.trademap.org ●

شیر خشک اطفال، قیمت بالاتری نسبت به شیر خشک صنعتی دارد.

حجم صادرات انواع شیر خشک (هزار تن)

اطفال ● صنعتی ●



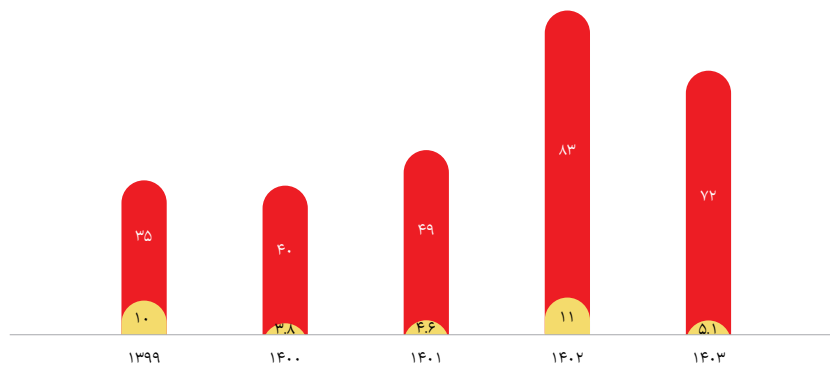
www.trademap.org ●

واردات

ارزش واردات انواع شیر خشک در سال ۱۴۰۳ به بیش از ۷۷ میلیون دلار رسیده است. از این میزان ۷۲ میلیون دلار شیر خشک اطفال ۵ میلیون دلار شیر خشک صنعتی وارد شده است. ارزش واردات شیر خشک اطفال از ۲۸ میلیون دلار در سال ۱۳۹۷ به بیش از ۷۲ میلیون دلار در سال ۱۴۰۳ رسیده است.

ارزش واردات انواع شیر خشک (میلیون دلار)

اطفال ● صنعتی ●

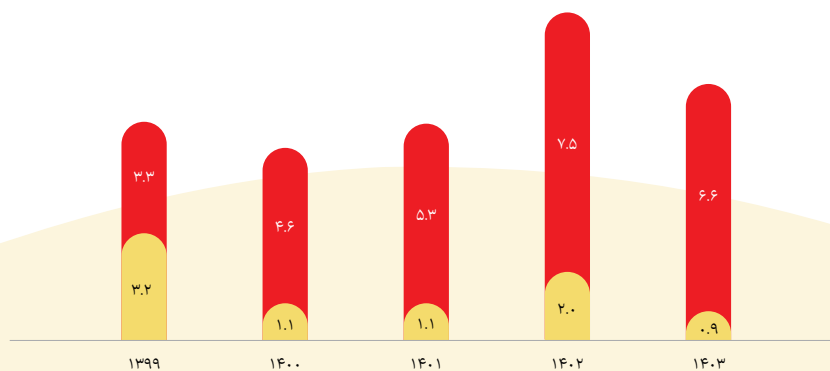


www.trademap.org ●

قیمت شیر خشک اطفال وارداتی به طور میانگین بیش از دو برابر قیمت شیر خشک صنعتی وارداتی است.

حجم واردات انواع شیر خشک (هزار تن)

اطفال ● صنعتی ●

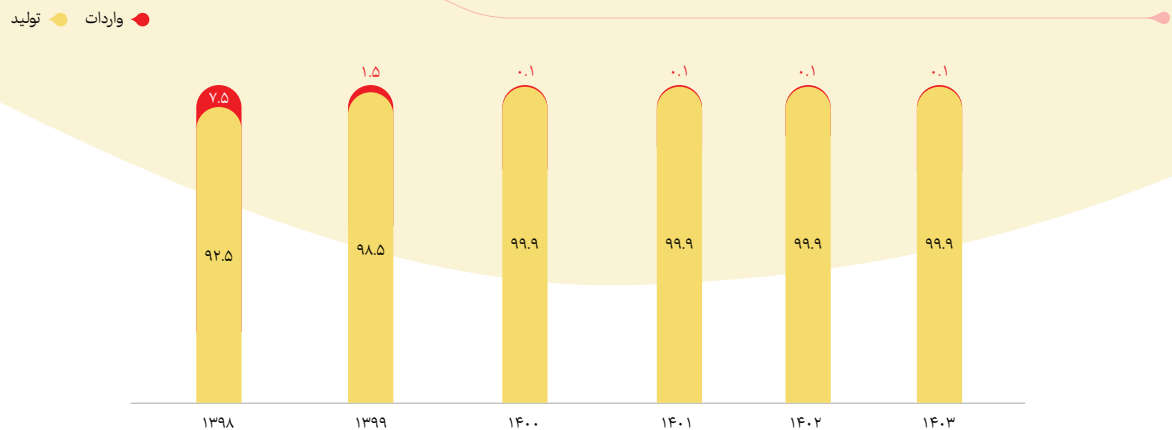


www.trademap.org ●

سهم تولید و واردات از ارزش مصرف داخلی

سهم واردات از ارزش ریالی مصرف داخلی محصولات غذایی منتخب در سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۸ افزایش یافته بود. در سال‌های اخیر واردات برخی کالاهای اساسی مانند کره حیوانی به شدت کاهش پیدا کرده است و در نتیجه سهم واردات از مصرف داخل به کمتر از یک درصد رسیده است.

سهم واردات و تولید داخل از مصرف داخلی محصولات غذایی (درصد)



محاسبات مشاور

سهم تقاضای داخلی و صادرات از تولید داخلی

در سال‌های اخیر سهم صادرات از ارزش تولیدات محصولات غذایی منتخب افزایش یافته است. این مهم در پی کاهش قدرت خرید خانوار و در نتیجه کاهش مصرف محصولات غذایی رخ داده است. سهم صادرات از تولید داخل از ۱۰ درصد در سال ۱۴۰۱ به ۱۴ درصد در سال ۱۴۰۳ رسیده است.

سهم مصرف داخلی و صادرات از تولید داخلی محصولات غذایی (درصد)



محاسبات مشاور



تحلیل زنجیره تأمین محصولات غذایی

صنایع غذایی در کنار صنایع داروسازی شاهد بیشترین حضور و فعالیت شرکت‌های پخش متمرکز است. شرکت‌های پخش فعال در صنایع غذایی به طور عمده تحت مالکیت و مدیریت تولیدکنندگان محصولات غذایی قرار دارند و در پی ادغام عمودی روبه‌جلو این گروه تأسیس شده‌اند. شرکت‌های پخش از سه کانال به توزیع محصولات تولیدی می‌پردازند:



فروشگاه‌های زنجیره‌ای

این بازیگران به خرید عمده محصولات از شرکت‌های پخش می‌پردازند. حجم بالای خرید و وجود انبارهای بزرگ، به فروشگاه‌های زنجیره‌ای کمک می‌کند تا از قدرت چانه‌زنی بالاتری نسبت به خرده‌فروشی‌ها برخوردار باشند.



عمده‌فروشی‌ها

عمده‌فروشی‌ها با خرید عمده محصولات غذایی، نقش پخش مویرگی محصولات در مناطق دورافتاده و خارج از حوزه نفوذ شرکت‌های پخش را به عهده می‌گیرند.

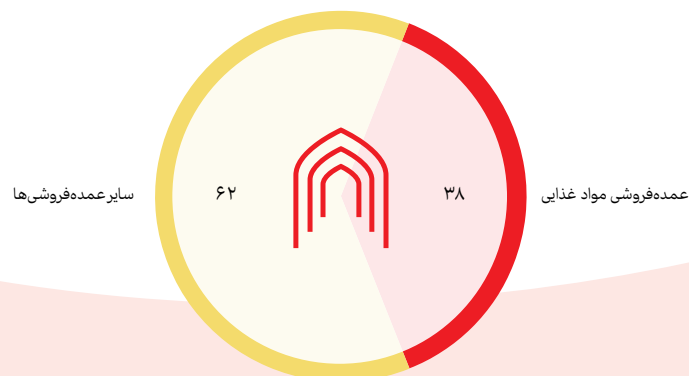


خرده‌فروشی‌ها

شرکت‌های پخش با سیستم‌های پخش مویرگی به توزیع مستقیم محصولات غذایی می‌پردازند.

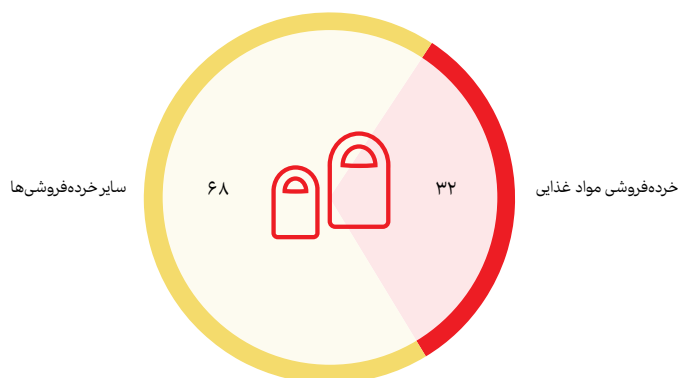
۳۸ درصد از مجموع عمده‌فروشی‌های کشور، در زمینه پخش محصولات خوراکی و آشامیدنی فعالیت می‌کنند. در حال حاضر بیش از ۴۳ هزار بنگاه عمده‌فروشی به صورت رسمی به این فعالیت می‌پردازند.

سهم عمده‌فروشی‌های مواد غذایی از کل عمده‌فروشی‌ها (درصد)



بیش از ۷۱۶ هزار بنگاه خرده‌فروشی به صورت تخصصی به توزیع محصولات غذایی می‌پردازند. صنعت خرده‌فروشی کشور در حال حاضر مملو از بازیگران خرد است. این صنعت با ورود هلدینگ‌های صنعتی بزرگ و تأسیس فروشگاه‌های زنجیره‌ای مدرن در حال تغییر شکل است. در دهه اخیر، فروشگاه‌های اینترنتی مانند اسنپ‌مارکت، توانسته‌اند بخشی از بازار خرده‌فروشی مواد غذایی در شهرهای بزرگ را تصاحب کنند.

سهم خرده‌فروشی مواد غذایی از کل خرده‌فروشی‌ها - ۱۳۹۹ (درصد)

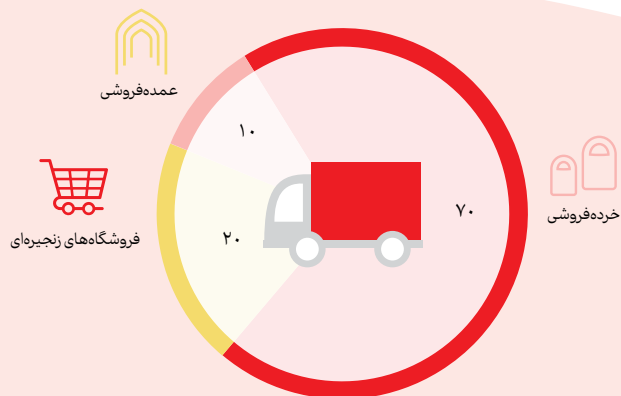


• آمار اصناف - وزارت صنعت، معدن و تجارت

سهم خرده‌فروشی‌ها از حجم فروش شرکت‌های پخش بالاتر از سایر کانال‌های فروش است. فروشگاه‌های زنجیره‌ای و عمده‌فروشی‌ها در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

سهم عمده‌فروشی‌ها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای از بازار فروش مواد غذایی پایین‌تر از سایر کالاهای مصرفی خانوار است. عدم امکان نگهداری بلندمدت محصولات غذایی و دسترسی بهتر خرده‌فروشی‌ها به مراکز مصرف علل اصلی این اختلاف سهم ارزیابی می‌شود. در بین محصولات غذایی مختلف نیز، دوره زمانی گردش کالا و ماندگاری محصولات بر سهم کانال‌های فروش مختلف تأثیرگذار است. به طور میانگین سهم خرده‌فروشی‌های مواد غذایی، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و عمده‌فروشی‌ها از بازار شرکت‌های پخش محصولات غذایی به ترتیب ۲۰، ۷۰ و ۱۰ درصد ارزیابی می‌شود. این ترکیب برای محصولاتی مانند لبنیات به ترتیب ۱۵، ۷۵ و ۱۰ درصد است.

سهم انواع کانال‌های فروش از بازار شرکت‌های پخش مواد غذایی (درصد)



• تحقیقات میدانی

زنجیره تأمین صنایع لبنی

شیر خام مهم‌ترین ماده اولیه صنایع لبنی محسوب می‌شود.

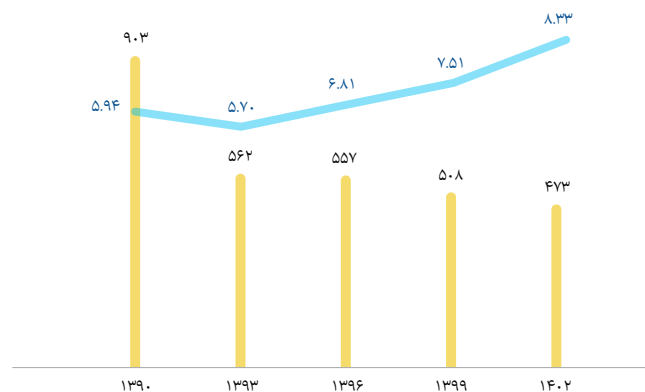
به طور میانگین **۶ درصد** از هزینه مواد اولیه صنایع لبنی به شیر اختصاص پیدا می‌کند.



در بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۲ تعداد گاوداری‌های کشور ۴۸ درصد کاهش پیدا کرده است. همزمان حجم تولید شیر خام از ۵.۹۴ میلیون تن در سال ۱۳۹۰ به ۸.۳۳ میلیون تن در سال ۱۴۰۲ رسیده است. بنابراین میانگین حجم تولید شیر خام واحدهای گاوداری از ۶۵۸ تن در سال ۱۳۹۰ به ۱۷۶۱ تن در سال ۱۴۰۲ رسیده است.

تعداد دامداری‌ها و حجم شیر تولیدی

حجم شیر تولیدی (میلیون تن) — تعداد بهره‌برداری (هزار عدد)



بازار تولید شیر به شدت رقابتی و قیمت تمام شده این محصول به شدت وابسته به قیمت خوراک دام وارداتی است. در مقابل تعداد بازیگران خریدار این محصول (شرکت‌های لبنی) بسیار محدودتر است و در بین بازیگران این صنعت نیز سهم بزرگی از بازار (بالای ۸۰ درصد) در اختیار ۱۰ شرکت برتر این حوزه است.

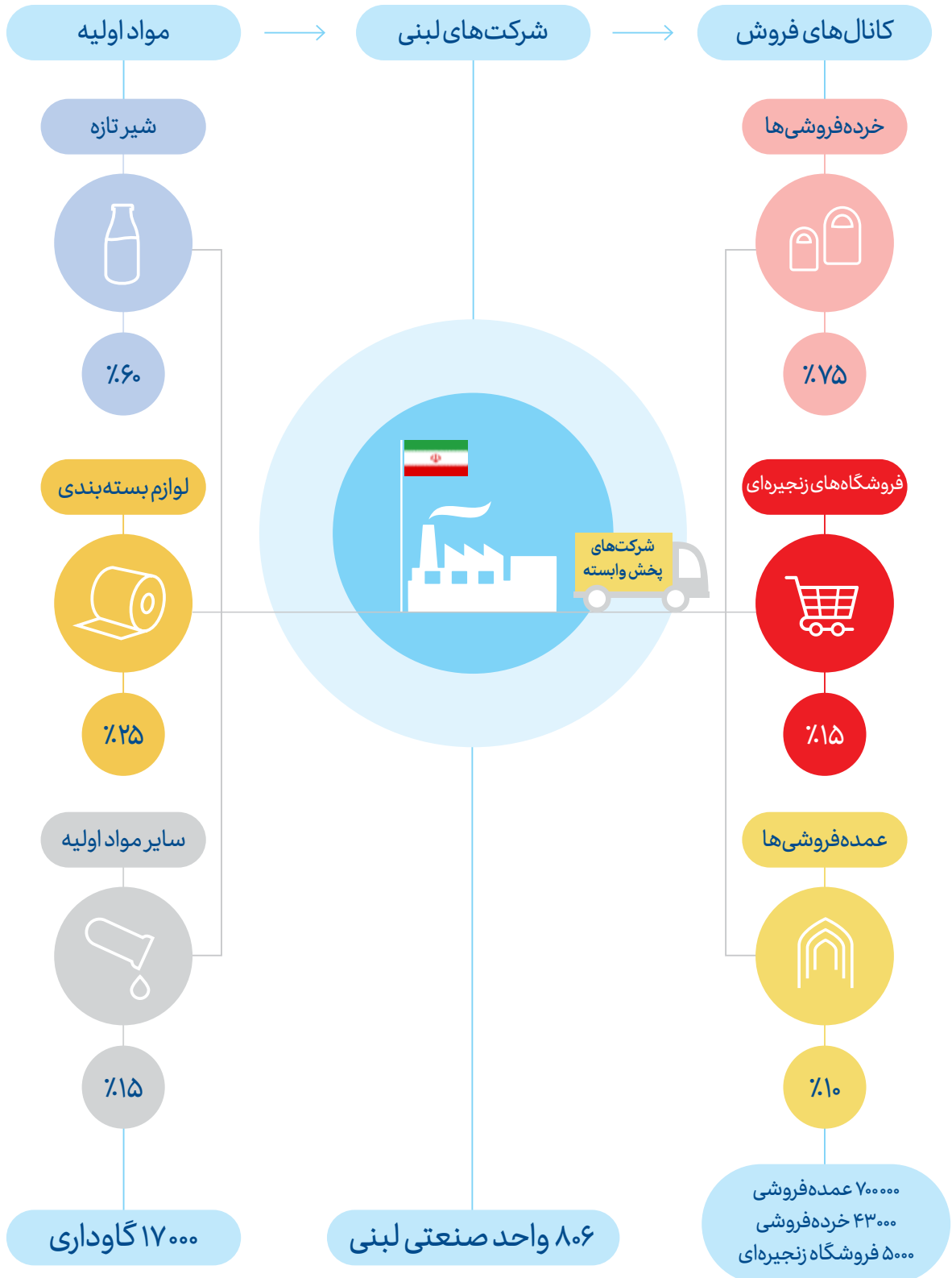
بنابراین، در صنایع لبنی با انحصار خریداران بزرگ روبه‌رو هستیم. وابستگی بالای گاوداری‌ها به خرید بازیگران بزرگ قدرت چانه‌زنی این بازیگران را کاهش داده است. این مهم تأثیر چندانی بر قیمت‌گذاری این محصول ندارد. اما دوره زمانی بازپرداخت خریداران بزرگ متناسب با سهم آن‌ها از کل بازار شیر افزایش می‌یابد. این دوره زمانی برای بازیگران بزرگ به بیش از سه ماه می‌رسد؛ بنابراین تولیدکنندگان شیر خام همواره در مضیقه تأمین نقدینگی قرار دارند.

سهم انواع کانال‌های فروش از بازار محصولات غذایی در بخش پیش‌مورد بررسی قرار گرفت. قدرت چانه‌زنی بازیگران پایین‌دستی (خرده‌فروشی‌ها، عمده‌فروشی‌ها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای) بر مدت‌زمان بازپرداخت آن‌ها و در نتیجه امکان دسترسی به نقدینگی تأثیر بسزایی دارد.

بازه زمانی بازپرداخت در بازار محصولات لبنی برای خرده‌فروشی‌های بین ۱ تا ۷ روز و برای عمده‌فروشی‌ها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ بین یک ماه تا ۴۵ روز متغیر است.

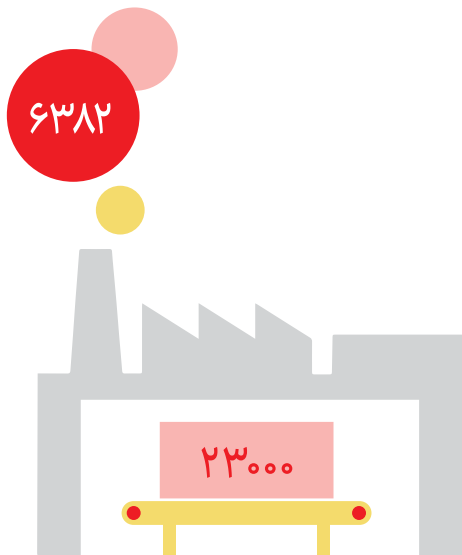


زنجیره تأمین صنایع لبنی



رقابت و بازیگران اصلی

وضعیت کلی بنگاه‌های فعال

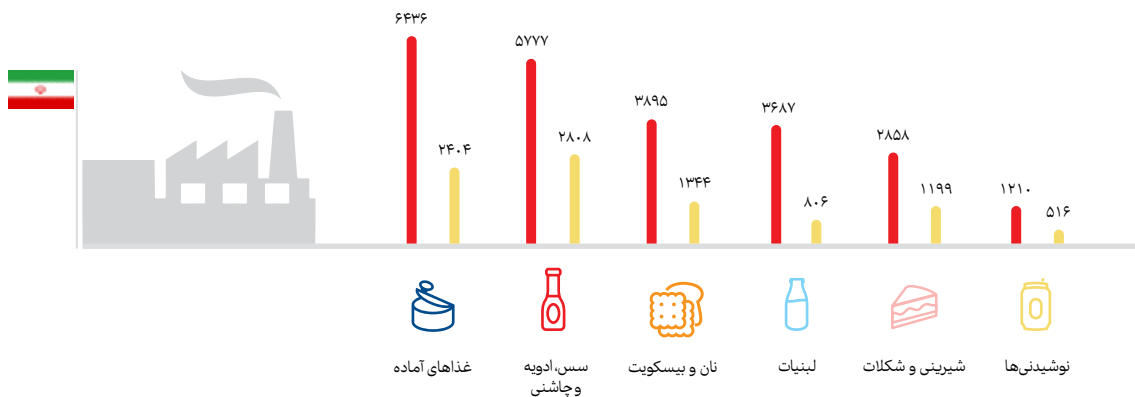


در حال حاضر ۶۳۸۲ واحد صنعتی در قالب بیش از ۲۳ هزار خط تولید در صنایع غذایی منتخب فعال هستند.

گروه‌های کالایی "چاشنی‌ها" و غذاهای آماده دارای بیشترین تعداد بازیگران و در مقابل گروه‌های کالایی "نوشیدنی‌ها"، "لبنیات" و "شیرینی و شکلات" دارای کمترین واحدهای صنعتی هستند. تراکم خطوط تولید در واحدهای صنعتی (نسبت خطوط تولید به واحد صنعتی) در صنایع لبنیات بسیار بالاتر از سایر صنایع غذایی منتخب است. این شاخص در صنایع تولید "چاشنی‌ها" و "نوشیدنی‌ها" کمتر از سایر بخش‌ها است.

تعداد واحدهای تولیدی صنایع غذایی منتخب (واحد صنعتی)

● واحد صنعتی ● خط تولید



تفکیک کارگاه به اندازه بنگاه

صنایع غذایی کشور، مانند سایر بخش‌های صنعتی با حضور گسترده بنگاه‌های کوچک مقیاس (۱۰ تا ۴۹ کارکن) مواجه است. بیش از ۷۱ درصد از ارزش افزوده تولیدی در صنایع غذایی منتخب توسط بنگاه‌های متوسط و بزرگ تولید می‌شود. سهم بنگاه‌های متوسط و بزرگ از ارزش افزوده تولیدی صنعت در سال‌های اخیر افزایش یافته است.

کارگاه‌های صنایع غذایی منتخب به تفکیک اندازه بنگاه (درصد)



متوسط و بزرگ

۲۱

۷۹



کوچک

• طرح جامع آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی کشور - مرکز آمار

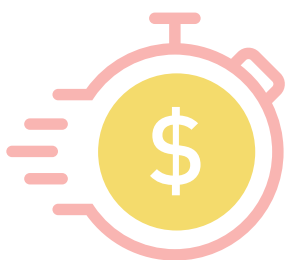
صنایع غذایی یکی از رقابتی‌ترین صنایع کشور محسوب می‌شود. حضور کم‌رنگ دولت و نهادهای عمومی باعث ایجاد رقابت در این صنعت شده است.



خدمات ممتاز بانک سامان برای فعالان حوزه صنایع غذایی

۱- چابک‌سازی عملیات بانکی

بانک سامان با تأسیس و راه‌اندازی مدیریت بانکداری شرکتی خود در چابک‌سازی هرچه بیشتر عملیات بانکی قدم برداشته است که از آن جمله می‌توان به ارائه خدمات مشاوره‌ای در حوزه تأمین مالی از طریق اختصاص بانکدار به شرکت نام برد به‌نحوی که بانکدار تمامی امور شرکت را در حوزه‌های مختلف، هماهنگ و پیگیری خواهد کرد. این مدیریت با در نظر گرفتن شرایط اقتصادی و سیاسی کشور، دغدغه اصلی خود را به‌طور خاص، ارائه راهکارهای سریع و مناسب در کلیه حوزه‌های بانکی به فعالان این حوزه قرار داده است.



۲- تأمین نقدینگی

این امکان برای مشتریان فعال بانک سامان در این حوزه فراهم شده تا با استفاده از خدمات مشاوره تخصصی مدیریت بانکداری شرکتی، از آخرین اطلاعات مرتبط با انواع روش‌های تأمین نقدینگی بهره‌مند گردند.

- استفاده از بسته‌های اعتباری موجود در قالب انواع تسهیلات ریالی - ضمانت‌نامه و... به‌منظور تأمین سرمایه در گردش برای خریدهای داخلی و خارجی؛
- تأمین مالی پروژه‌ها در قالب تسهیلات بلندمدت از محل منابع بانک یا بازار سرمایه از طریق انتشار اوراق.

۳- کاهش دوره وصول مطالبات

وجود مشکلات و موانع ذکر شده باعث شد تا بانک سامان به طراحی و پیاده‌سازی محصول اعتباری جدیدی با عنوان «طرح پیوند» اقدام کند تا ضمن برطرف کردن این دغدغه میزان آسیب‌پذیری شرکت‌های پخش در این زمینه را کاهش دهد.

طرح پیوند

در این محصول بانک تسهیلات سرمایه در گردش را به مشتریان شرکت‌های پخش صنایع غذایی اعطا می‌کند تا نسبت به خرید به‌صورت نقدی از شرکت‌های پخش اقدام کنند که به این ترتیب تسویه با شرکت‌های پخش مواد غذایی به‌صورت نقدی و آنلاین صورت می‌گیرد.

استفاده از طرح پیوند چه مزایایی برای شرکت‌های

پخش دارد؟

- ورود نقدینگی به محض فروش و در زمان صدور فاکتور به شرکت‌های پخش؛
- کاهش هزینه‌های عملیاتی مدیریت چک‌ها و عدم نیاز به پیگیری مطالبات حاصل از فروش؛
- چابک‌تر شدن عملیات شرکت‌های پخش و در نتیجه افزایش سرعت گردش مالی در صنایع غذایی.



۴- تنخواه کارت

شما می‌توانید با دریافت محصول تنخواه کارت به تعداد مورد نیاز، کارت تنخواه‌داری روی سپرده شرکت (سپرده حقوقی) یا سپرده خودتان (سپرده حقیقی) دریافت کرده و برای انجام عملیات روزانه‌تان این کارت‌ها را به تنخواه‌داران خود بسپارید. برای مدیریت کارت‌ها و انجام عملیات شارژ و دشارژ کارت‌ها و همچنین آگاهی از مانده و صورت حساب کارت‌ها پنل اینترنتی (منوی سیگما در نت بانک سامان) در اختیار شما قرار می‌گیرد.



مزایای تنخواه کارت

- شفافیت در عملیات تنخواه‌داری
- شارژ آسان تنخواه کارت‌ها
- پنل اینترنتی مدیریت کارت‌ها (منوی سیگما)
- عدم نیاز به استفاده از حساب‌های شخصی تنخواه‌داران
- دریافت صورت حساب

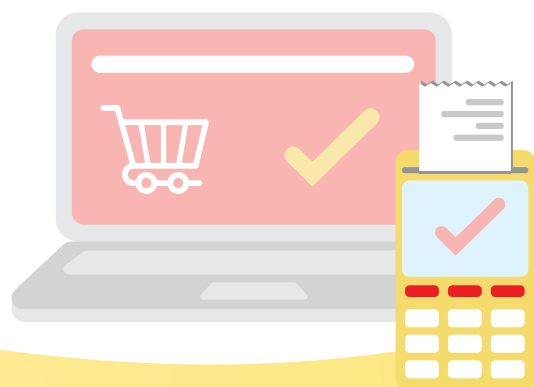
تنخواه کارت‌ها چه امکاناتی دارند؟

تنخواه کارت صرفاً از طریق «سپرده اصلی» شارژ شده و دارندگان کارت‌ها می‌توانند تا سقف شارژ تعلق‌گرفته به آن مصرف انجام دهند. کارت‌های تنخواه به سپرده تنخواه متصل بوده و تا زمانی که دارندگان کارت اقدام به مصرف مبلغ شارژ شده کارت نکنند، از موجودی سپرده اصلی تنخواه شرکت مبلغی کسر نمی‌شود. تنخواه‌داران می‌توانند برای استفاده از موجودی کارت‌ها به روش‌های زیر عمل کنند:

پرداخت قبوض و خرید شارژ
بدون نیاز به رمزیویا



خرید از پایانه‌های فروشگاه‌های
و سایت‌های خرید اینترنتی





خدمات شرکتی بانک سامان را چگونه دریافت کنید؟

در صورت علاقه‌مندی به استفاده از این خدمات، می‌توانید با مدیریت بانکداری شرکتی بانک سامان به شماره ۰۲۱-۲۲۳۳۰۰۰۰ داخلی‌های ۳۵۶۶ و ۳۵۰۶ تماس بگیرید.

ارتباط با ما

برای کسب اطلاعات بیشتر به شعب بانک سامان بیايید یا با شماره ۰۲۱-۶۴۲۲-۰ تماس بگیرید.

منابع

۱. وزارت صنعت، معدن و تجارت (www.mimt.gov.ir)
۲. مرکز آمار ایران (www.amar.org)
۳. بانک مرکزی ج.ا.ا (www.cbi.ir)
۴. اتاق بازرگانی تهران (www.tccim.ir)

5. www.trademap.org

6. www.statista.com

باشماه‌تیم

مرکز سامان ارتباط: ۰۲۱-۶۴۲۲

www.sb24.ir/corporate