

گزارش تازه‌ترین تحولات و دستاوردهای  
صنایع غذایی ایران و جهان

نسخه پنجم

# صنایع غذایی





## 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 پنجم، پاییز ۱۴۰۳

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 جزء 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 بر 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 بالا بودن هزینه‌های مواد اولیه 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 راه‌حل محور 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 و کیک و کنسرو و غذاهای آماده است که در ادامه این گزارش گروه‌های کالایی منتخب نامیده می‌شوند.



مروت رنجبار  
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.
- این شاخص در سال‌های ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ به ترتیب ۵۳ و ۵۶ درصد بوده است. 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 به ۴۰ درصد رسیده است.
- شرکت‌های تولیدکننده نوشیدنی، لبنیات و چاشنی‌ها به طور میانگین در مقیاس‌های بالاتری نسبت به سایر محصولات بسته‌بندی‌شده به تولید می‌پردازند.
- میانگین سرمایه‌گذاری برای بهره‌برداری از واحدهای صنعتی منتخب از ۸.۲ میلیارد تومان در سال ۱۳۹۹ به ۲۴ میلیارد تومان در سال ۱۴۰۱ 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.
- ارزش صادرات مواد غذایی در سال ۱۴۰۱ به کمترین میزان رسیده بود. این شاخص در سال ۱۴۰۲ با ۱۷ درصد افزایش به ۸۱۴ میلیون دلار رسیده است.
- در شش سال اخیر صادرات محصولات لبنی بیش از ۲۸ درصد کاهش پیدا کرده است. صادرات دو گروه «کیک و بیسکویت» و
- «شیرینی و شکلات» نیز به ترتیب ۳۳ و ۵۷ درصد کاهش پیدا کرده است. این سه گروه بیشترین سهم از صادرات محصولات غذایی منتخب را تشکیل می‌دهند.
- پس از افزایش چشمگیر تورم محصولات غذایی در سال‌های ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱، این شاخص در سال ۱۴۰۲ با ۳۰ درصد کاهش، همسطح تورم عمومی شده است.
- در سه سال اخیر، تورم تولیدکننده از تورم مصرف‌کننده پیشی گرفته است. این روند باعث افزایش فشار به تولیدکننده و همچنین نظام توزیع و خرده‌فروشی شده 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.
- سهم صادرات از تولید داخل از ۱۰ درصد در سال ۱۳۹۶ به ۲۰ درصد در سال ۱۳۹۷ رسیده است. این شاخص در سال‌های اخیر رفته رفته کاهش یافت و در نهایت در سال ۱۴۰۲ مجدداً به ۱۲ درصد رسیده است.
- 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 روبه‌جلوی 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 تمام‌شده این محصول 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.
- 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.
- درحالی‌که 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 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.
- 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.



## بازار جهانی صنایع غذایی

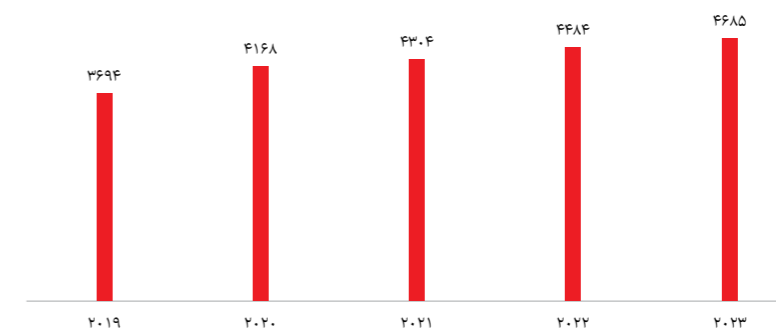
### شاخص‌های جهانی کل بازار

همه‌گیری کرونا باعث افزایش مصرف محصولات غذایی بسته‌بندی شده شده است.



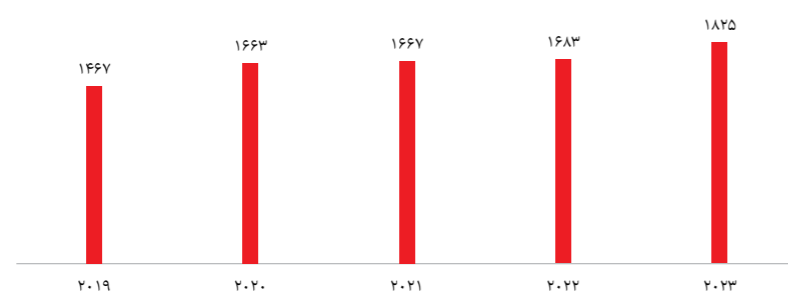
حجم مالی بازار جهانی محصولات غذایی منتخب در پنج سال اخیر ۲۷ درصد افزایش یافته است.

ارزش بازار جهانی محصولات غذایی منتخب (میلیارد دلار)



حجم مصرف محصولات غذایی منتخب در پنج سال اخیر بیش از ۲۵ درصد افزایش یافته است. در بین گروه‌های کالایی مختلف حجم مصرف غذاهای آماده بیشترین رشد را داشته است.

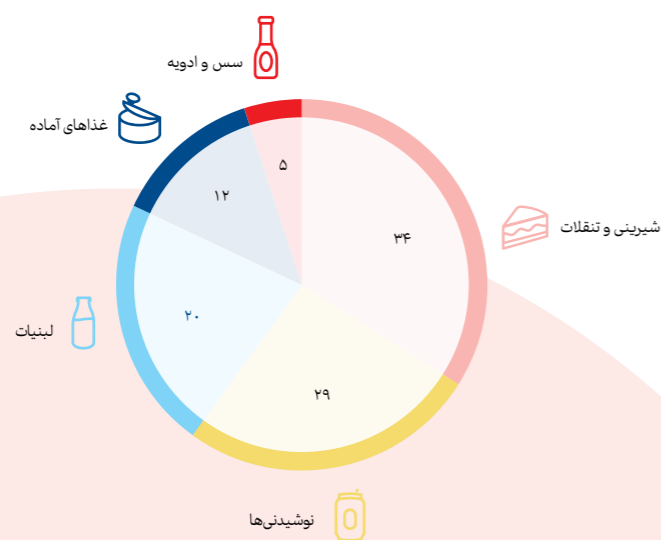
حجم بازار جهانی محصولات غذایی منتخب (میلیون تن)



### ارزش جهانی بازار به تفکیک محصولات

ارزش بازار جهانی شیرینی و تنقلات در سال ۲۰۲۳ به بیش از ۱۵۹۲ میلیارد دلار رسیده است.

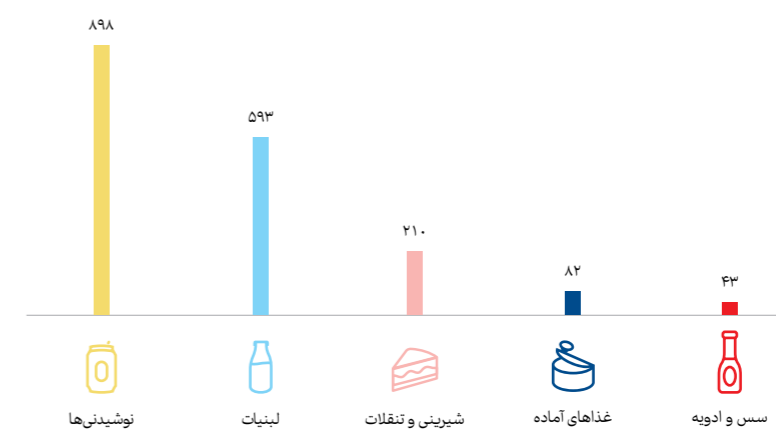
سهم محصولات مختلف از بازار جهانی محصولات غذایی منتخب - ۲۰۲۳ (درصد)



حجم مصرف  
نوشیدنی‌های بسته‌بندی‌شده  
در سال ۲۰۲۲ به بیش از  
۸۹۴ میلیون تن رسیده است.



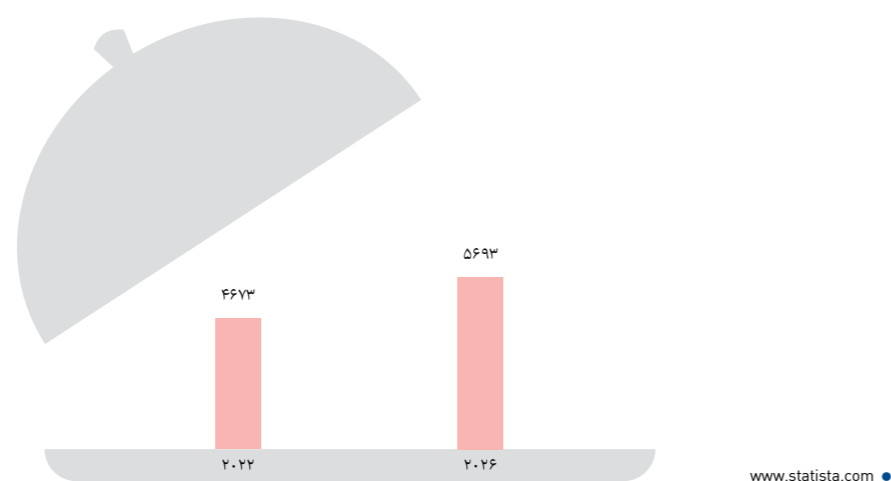
حجم بازار جهانی محصولات غذایی منتخب - ۲۰۲۲ (میلیون تن)



## پیش‌بینی آینده میان‌مدت

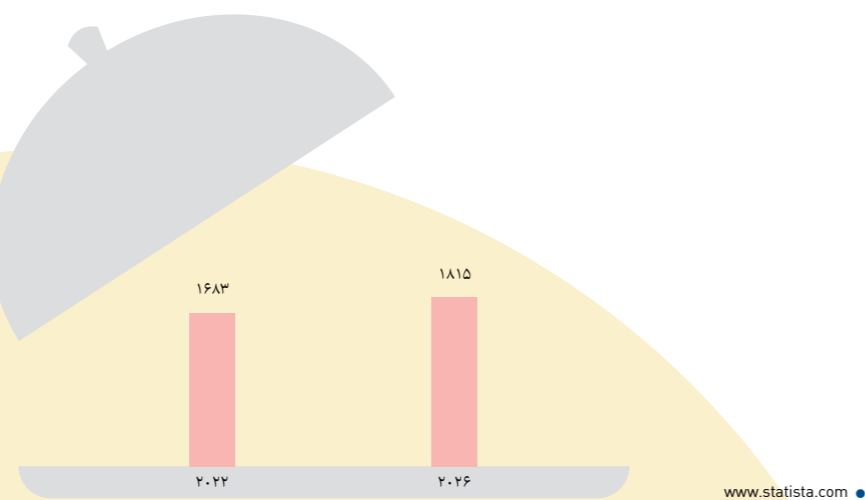
برآوردها نشان می‌دهد که بازار جهانی محصولات غذایی منتخب در پنج سال پیش‌رو سالانه ۴.۶۷ درصد رشد خواهد داشت.

برآورد ارزش بازار جهانی محصولات غذایی منتخب (میلیارد دلار)



بر اساس پیش‌بینی‌ها، حجم فروش در بازار جهانی محصولات غذایی منتخب در پنج سال آتی سالانه ۱.۹ درصد رشد خواهد یافت. با توجه به رکود اقتصادی ناشی از کرونا، برآیند پیش‌بینی‌ها تا پیش از سال ۲۰۲۲ بیانگر رشد قیمت‌های جهانی محصولات غذایی منتخب در سال‌های آتی بود. جنگ روسیه و اوکراین نیز باعث تشدید این روند شده است. با فروکش کردن آثار اولیه جنگ، قیمت محصولات غذایی در سرتاسر جهان کاهش یافت.

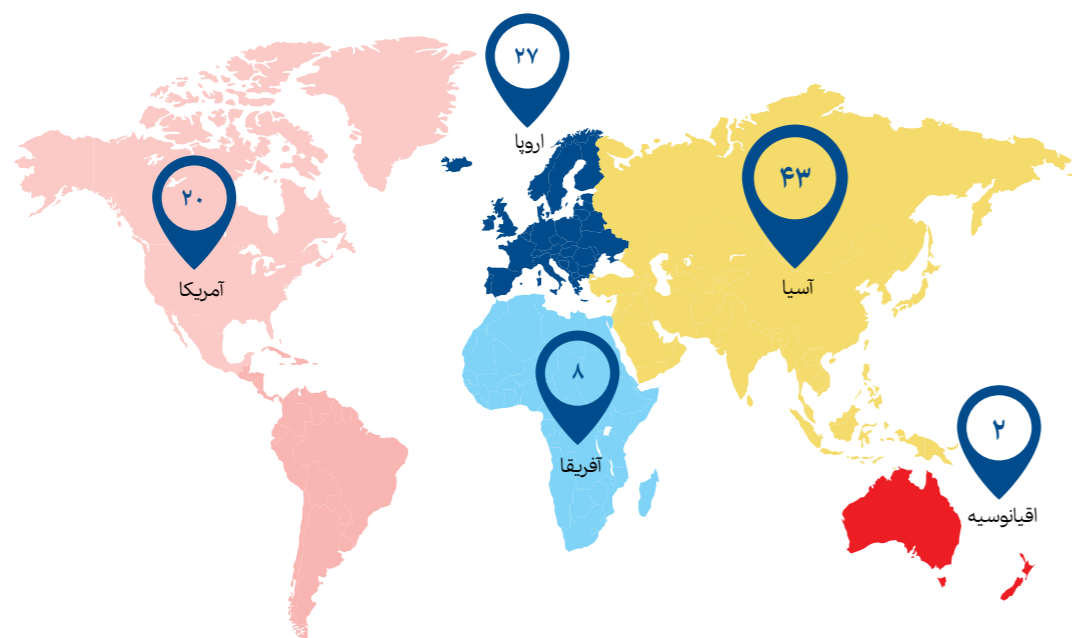
برآورد حجم بازار جهانی محصولات غذایی منتخب (میلیون تن)



## 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 - ۲۰۲۳ (درصد)



www.statista.com

۱۳ کشور بیش از ۶۴ درصد از مصرف بازار جهانی محصولات خوراکی و آشامیدنی را به خود اختصاص می‌دهند. بازار آمریکا به‌تنهایی ۱۹.۵ درصد از بازار جهانی محصولات غذایی منتخب را تشکیل می‌دهد.

بزرگ‌ترین بازارهای محصولات غذایی منتخب - ۲۰۲۳ (میلیارد دلار)

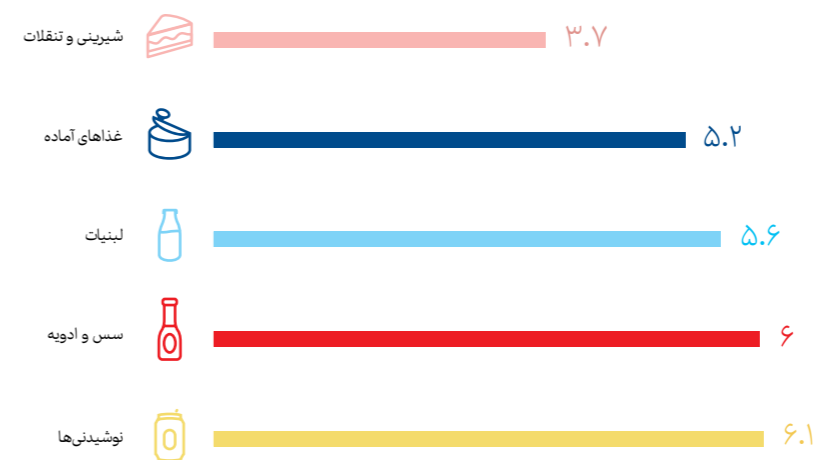


www.statista.com



طبق پیش‌بینی‌های انجام شده در پنج سال آینده، ارزش بازار جهانی چاشنی‌ها و نوشیدنی‌ها بیش از سایر گروه‌های کالایی منتخب افزایش خواهد یافت.

متوسط نرخ رشد سالانه ارزش مالی بازار محصولات غذایی منتخب - ۲۰۲۱ تا ۲۰۲۶ (درصد)



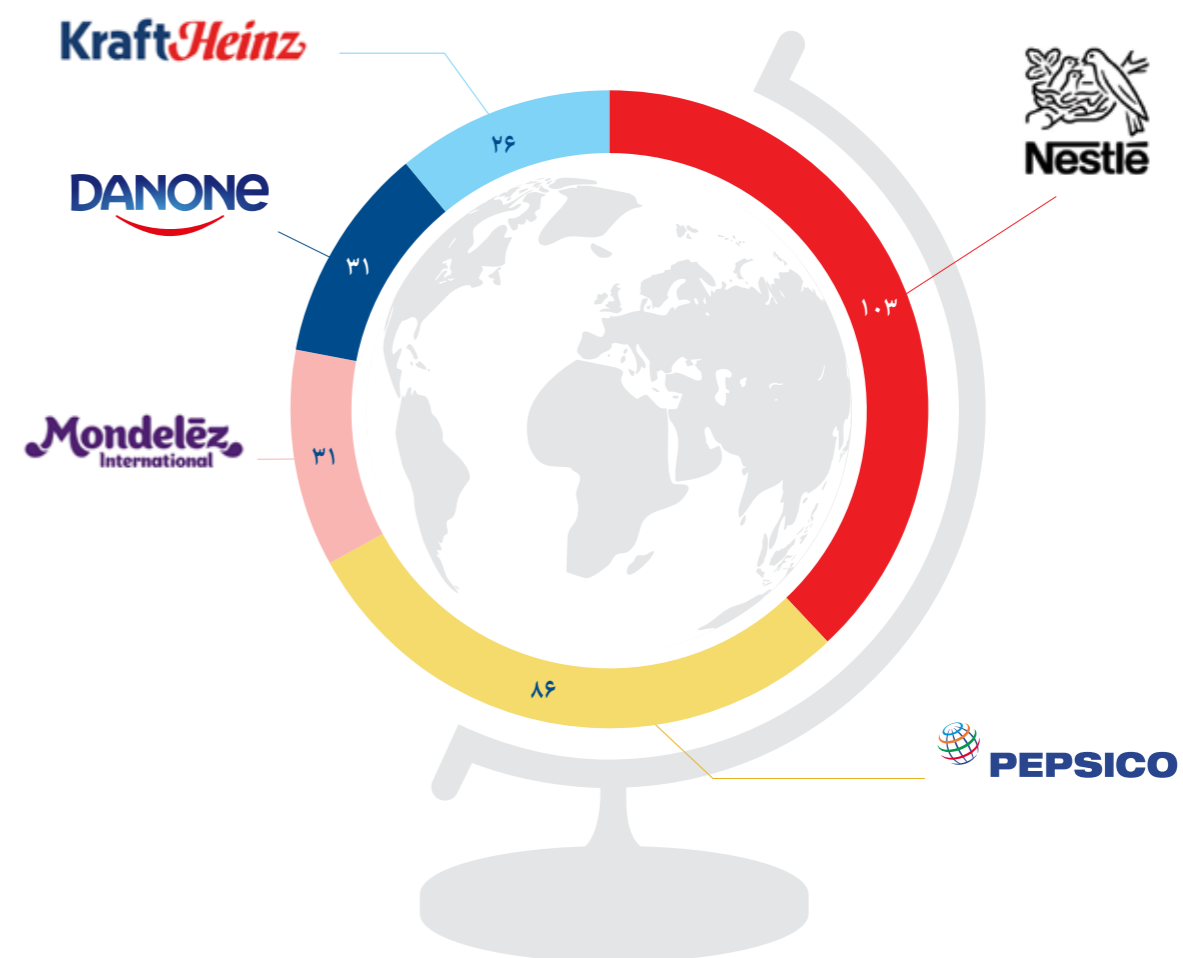
www.statista.com

## شرکت‌های برتر جهان



شرکت **نستله** به تنهایی **۲.۵ درصد** از بازار جهانی محصولات غذایی بسته‌بندی شده را در اختیار دارد.

بزرگ‌ترین شرکت‌های محصولات غذایی برحسب فروش - ۲۰۲۲ (میلیارد دلار)





## بازار منطقه خاورمیانه

ارزش واردات محصولات غذایی منتخب، توسط کشورهای منطقه خاورمیانه در سال ۲۰۲۳ به بیش از ۱۲ میلیارد دلار می‌رسد.

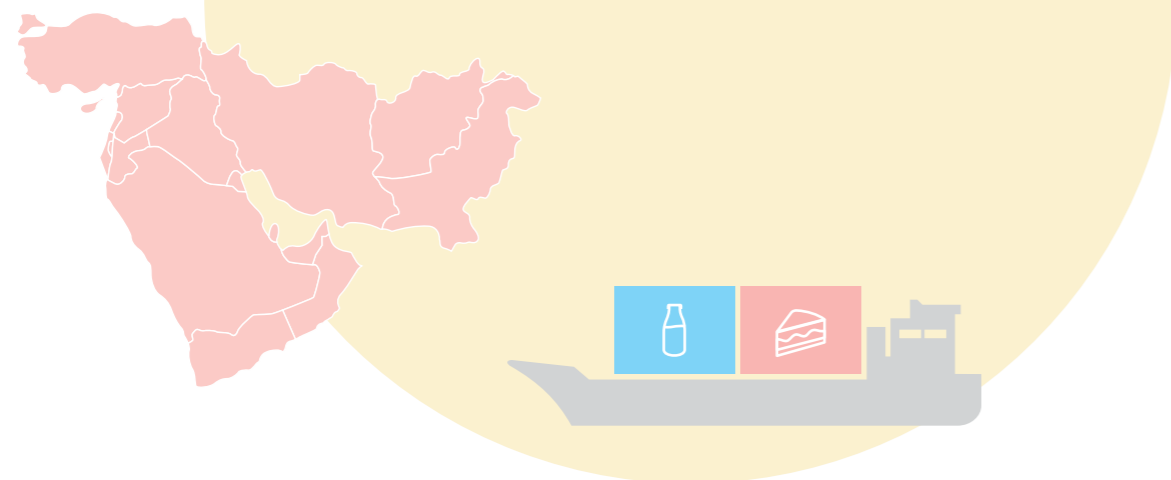
ارزش واردات محصولات غذایی منتخب در کشورهای منطقه خاورمیانه - ۲۰۲۳ (میلیون دلار)



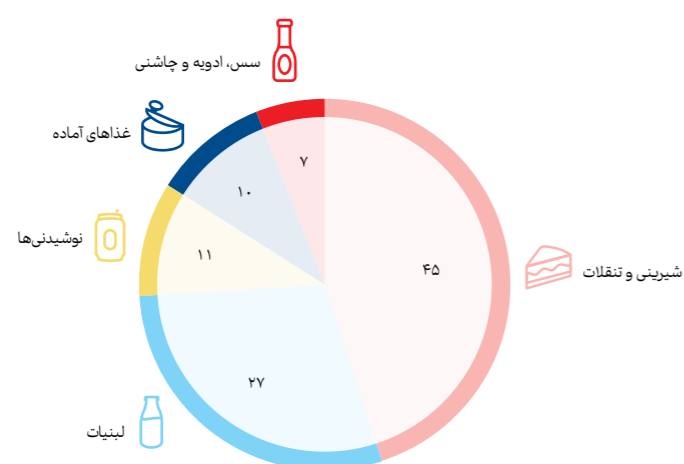
سه کشور عربستان، امارات و عراق به ترتیب ۱۸،۲۵ و ۱۰ درصد از واردات کشورهای منطقه را به خود اختصاص می‌دهند.



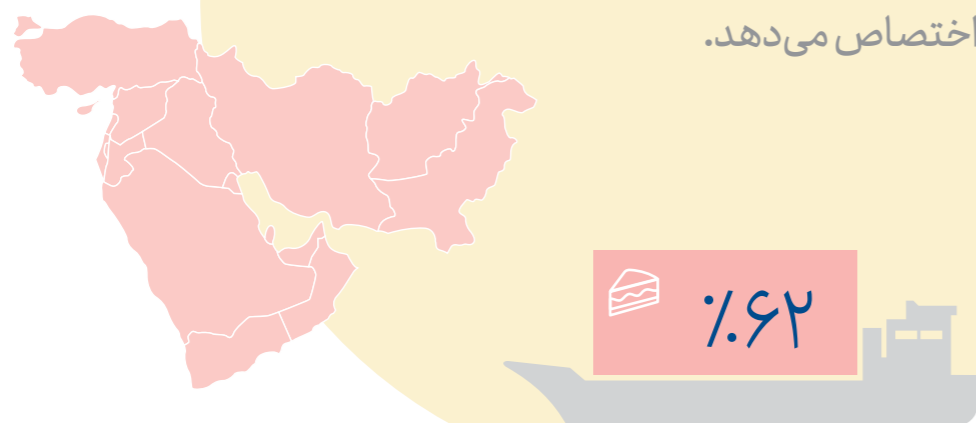
گروه‌های کالایی "شیرینی و تنقلات" و "لبنیات" مهم‌ترین محصولات غذایی بسته‌بندی شده وارداتی به منطقه خاورمیانه را تشکیل می‌دهند.



سهم محصولات غذایی مختلف از واردات کشورهای خاورمیانه - ۲۰۲۳ (درصد)

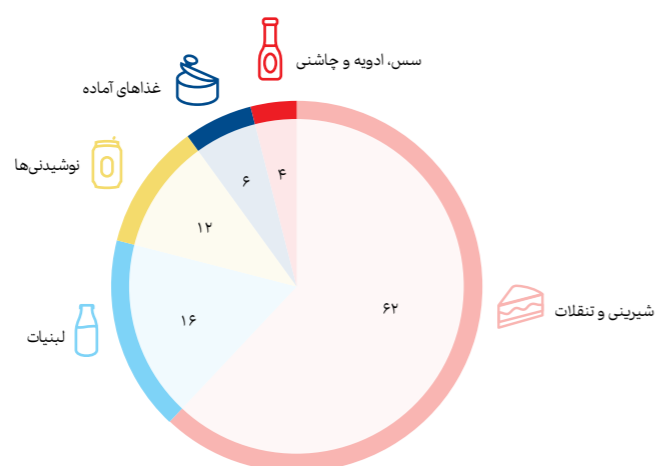


گروه کالایی "شیرینی و شکلات" بیش از ۶۲ درصد از صادرات محصولات غذایی بسته‌بندی شده در منطقه خاورمیانه را به خود اختصاص می‌دهد.



محصولات لبنی و نوشیدنی‌ها در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

سهم گروه کالایی مختلف از صادرات کشورهای خاورمیانه - ۲۰۲۳ (درصد)



ارزش صادرات مواد غذایی بسته‌بندی شده در کشورهای منطقه خاورمیانه در سال ۲۰۲۳ به بیش از ۲۲۵۴ میلیون دلار رسیده است. سه کشور ترکیه، ایران و بحرین به ترتیب ۱۱،۵۸ و ۹ درصد از ارزش صادرات منطقه خاورمیانه را به خود اختصاص می‌دهند.

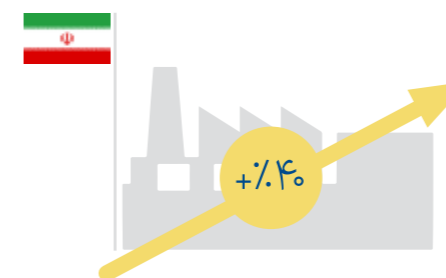
ارزش صادرات محصولات غذایی منتخب به کشورهای منطقه خاورمیانه - ۲۰۲۳ (میلیون دلار)

صادرات کشور ترکیه به تنهایی بیش از سایر کشورهای منطقه است.



## بازار صنایع غذایی ایران

### ارزش بازار و روند عرضه و تقاضا



ارزش تولیدات صنایع غذایی منتخب در بین سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۲ سالانه به طور متوسط ۴ درصد رشد داشته است.

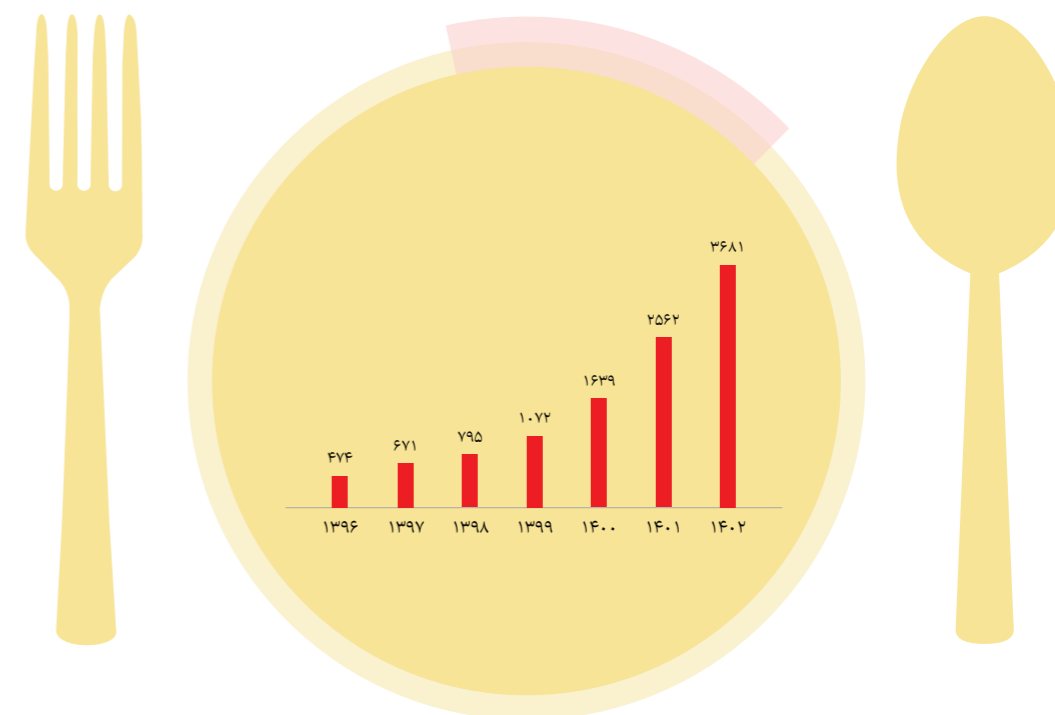
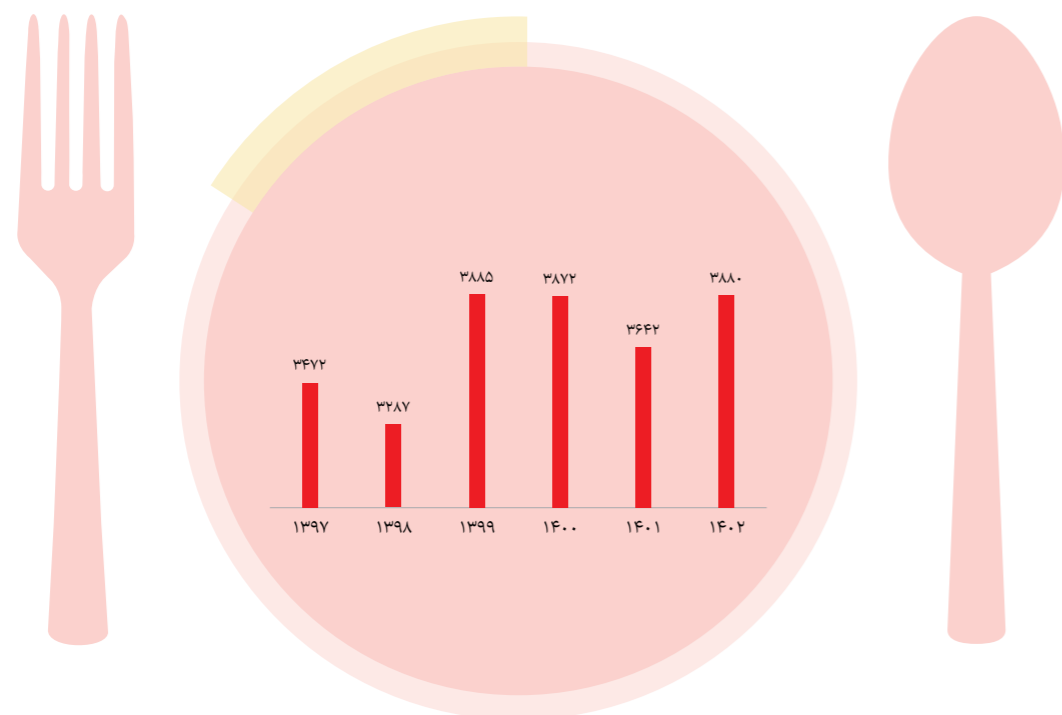
این شاخص در سال‌های ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ به ترتیب ۵۳ و ۵۶ درصد بوده است. پس از فروکش کردن اثر افزایش قیمت ارز ترجیحی برای واردات کالاهای اساسی - که در قیمت نهایی تمامی محصولات غذایی مؤثر است، این شاخص در سال ۱۴۰۲ به ۴۰ درصد رسیده است. در سال‌های گذشته سهم شرکت‌های خرد و کارگاه‌های خانگی از عرضه محصولات غذایی 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)

کاهش تقاضای داخلی و صادرات به کشورهای همسایه باعث کاهش حجم تولیدات محصولات غذایی در سال‌های اخیر بوده است. با توجه به قیمت متفاوت محصولات مختلف صنایع غذایی، مجموع حجم مصرف محصولات شاخص مناسبی برای اندازه‌گیری فعالیت صنعت محسوب نمی‌شود.



حجم تولیدات محصولات غذایی منتخب (هزار تن)

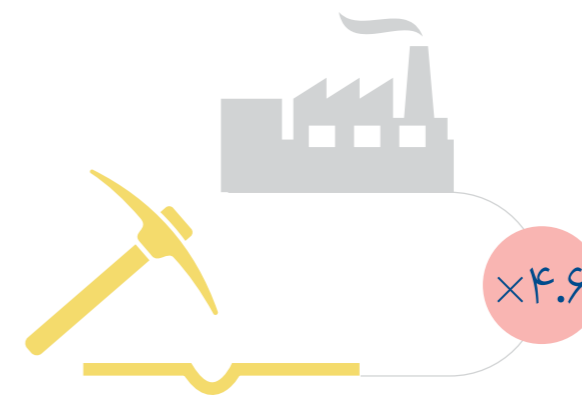


## ظرفیت تولید صنایع غذایی

در این بخش ظرفیت موجود صنایع غذایی، روند بهره‌برداری از واحدهای جدید و روند سرمایه‌گذاری در طرح‌های صنعتی مورد بررسی قرار می‌گیرد تا نمایی از سهم موجودی سرمایه در گروه‌های کالایی مختلف و سیر کلی سرمایه‌گذاری در صنعت به دست آید.

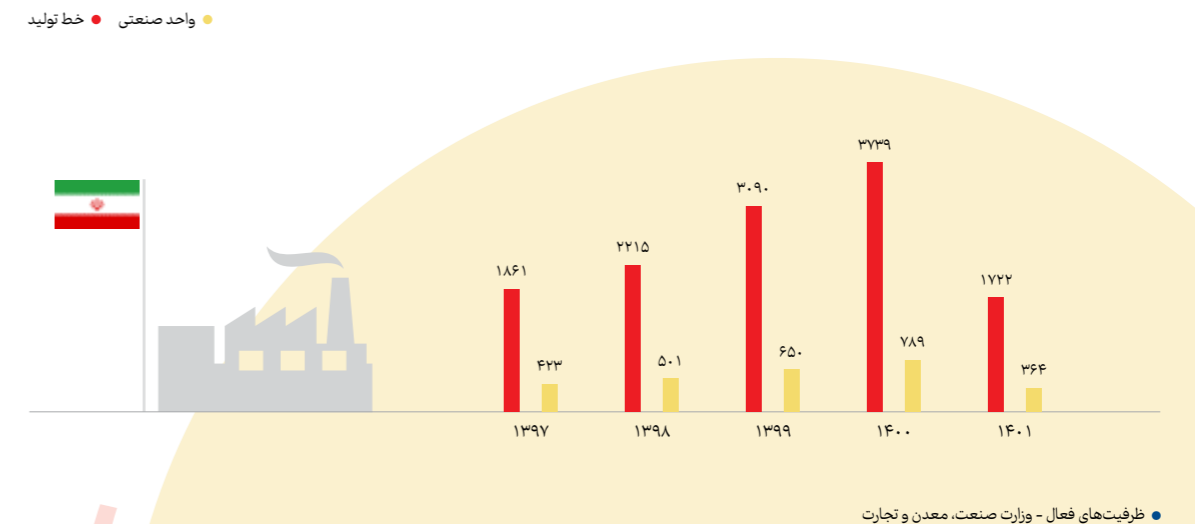
### روند افزایش ظرفیت

در بین سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۰ سالانه بین ۱۸۰۰ تا ۳۷۴۰ خط تولید در صنایع غذایی منتخب مورد بهره‌برداری قرار گرفته‌اند. این روند صعودی در سال ۱۴۰۱ متوقف شد و بهره‌برداری از خطوط تولید جدید به سطح ۱۷۲۲ خط تولید نزول پیدا کرد.



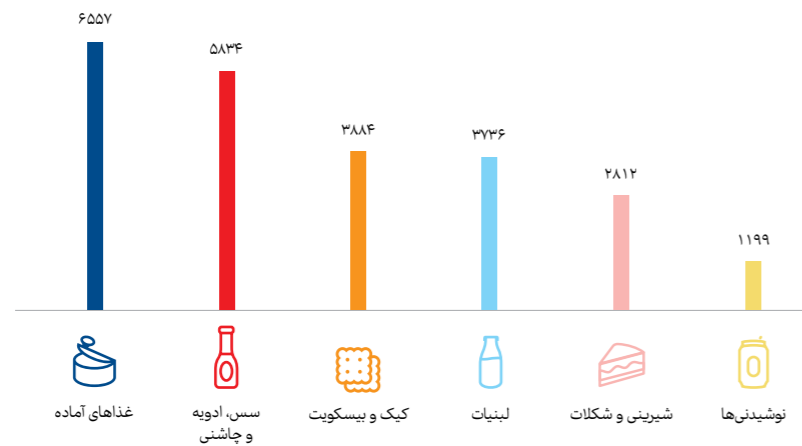
این شاخص به کندی در سال‌های اخیر افزایش یافته است. این روند افزایش سطح انحصار و میانگین سرمایه‌گذاری مورد نیاز برای ورود به صنعت را نشان می‌دهد.

### خطوط تولید و واحدهای صنعتی بهره‌برداری شده در صنایع غذایی منتخب



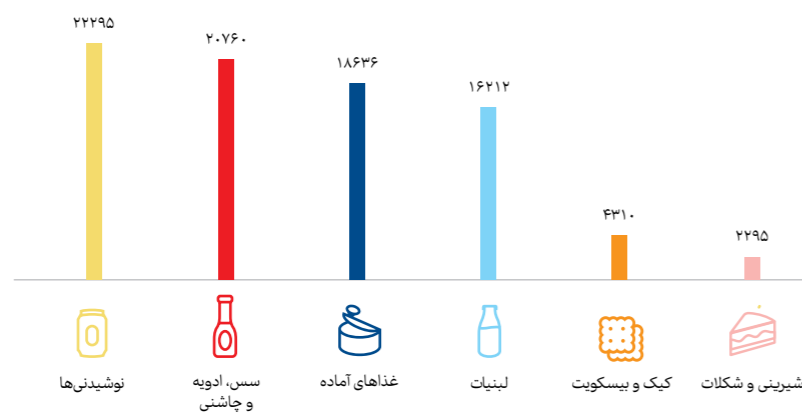
در حال حاضر بیش از ۲۴ هزار واحد صنعتی به تولید انواع محصولات غذایی منتخب می‌پردازند. غذاهای آماده و چاشنی‌ها بیشترین سهم از تولیدکنندگان را به خود اختصاص می‌دهند.

### تعداد واحدهای صنعتی فعال تولیدکننده محصولات غذایی منتخب (بنگاه صنعتی)



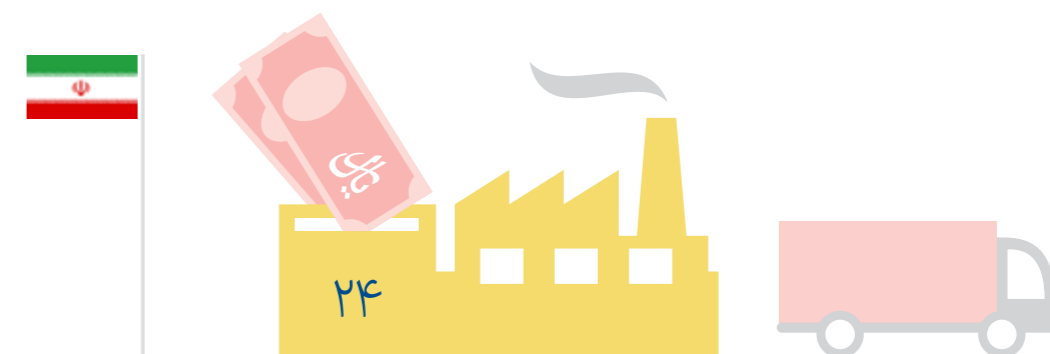
متوسط ظرفیت نوشیدنی‌ها، انواع چاشنی‌ها و غذاهای آماده به ترتیب ۲۲، ۲۱ و ۱۸ میلیون تن در سال است. میانگین ظرفیت تولیدکنندگان لبنیات، شیرینی و بیسکویت پایین‌ترین تراز گروه‌های نامبرده است.

### ظرفیت تولید صنایع غذایی (هزار تن)

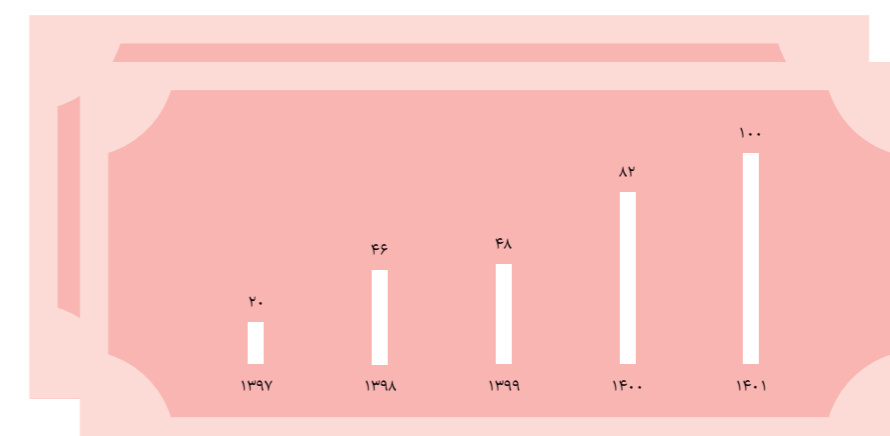


سرمایه‌گذاری صرف شده برای بهره‌برداری از واحدهای صنعتی منتخب از ۲۰ هزار میلیارد در سال ۱۳۹۷ به ۱۰۰ هزار میلیارد ریال در سال ۱۴۰۱ رسیده است.

میانگین سرمایه‌گذاری برای بهره‌برداری از واحدهای صنعتی منتخب از ۸.۲ میلیارد تومان در سال ۱۳۹۹ به ۲۴ میلیارد تومان در سال ۱۴۰۱ رسیده است.



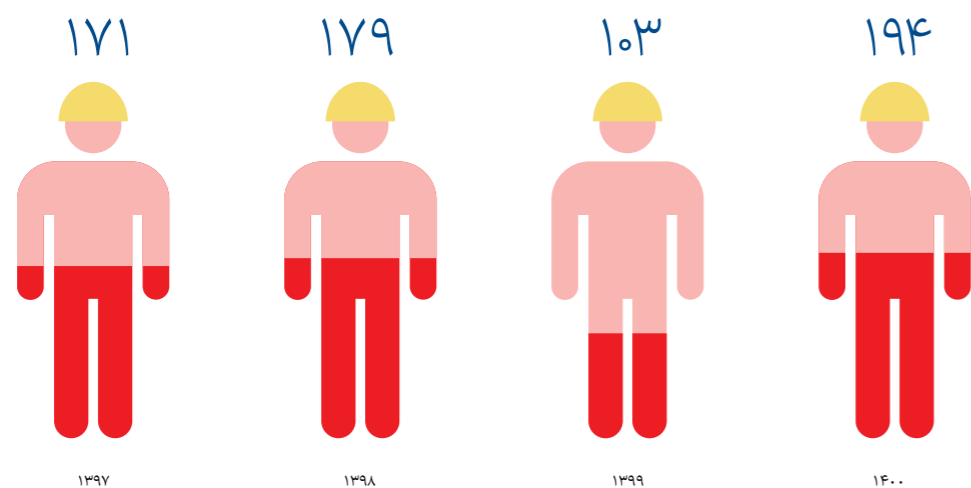
ارزش سرمایه‌گذاری در واحدهای صنعتی فعال برحسب سال بهره‌برداری - صنایع غذایی منتخب (هزار میلیارد ریال)



### سهم نیروی کار از ارزش افزوده صنایع غذایی

تعداد کارکنان رسمی کارخانه‌های صنایع غذایی با افتی محسوس از ۱۷۹ هزار نفر در سال ۱۳۹۸ به ۱۰۳ هزار نفر در سال ۱۳۹۹ رسیده است. همه‌گیری کرونا و روی آوردن به نیروی کار غیررسمی از دلایل عمده این روند سریع ارزیابی می‌شود. این شاخص در سال ۱۴۰۰ مجدداً افزایش یافته و به بیش از ۱۹۴ هزار نفر رسیده است.

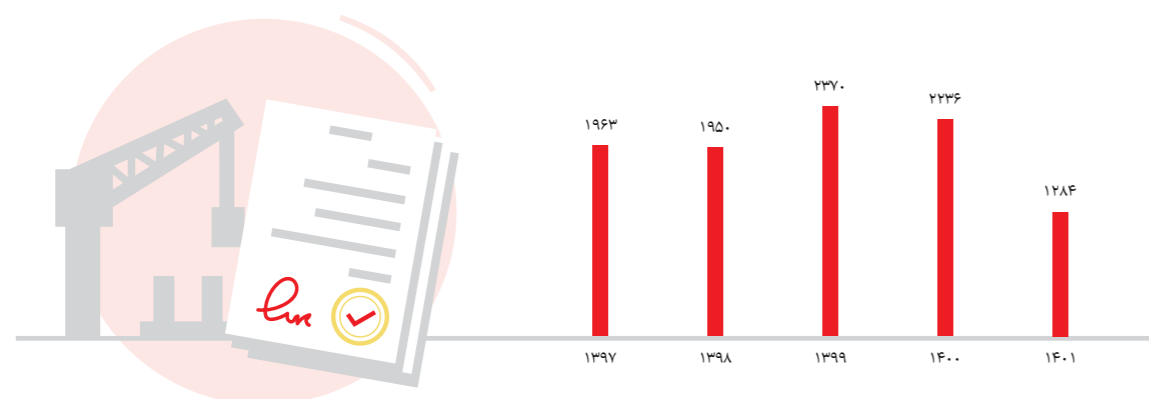
تعداد کارکنان صنایع غذایی منتخب (هزار نفر)



## برنامه‌ها و گرایش‌های سرمایه‌گذاری

در سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۹ روند صدور موافقت اصولی برای تأسیس واحدهای صنعتی گروه‌های کالایی منتخب افزایش یافته است. این شاخص در سال ۱۴۰۰ روندی نزولی را شروع کرد و در سال ۱۴۰۱ به کمترین میزان در پنج سال گذشته رسیده است.

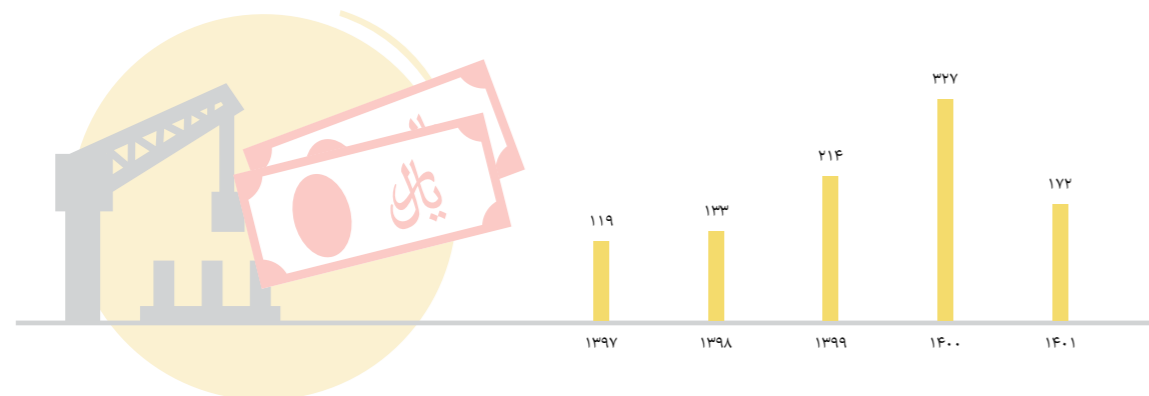
جواز تأسیس طرح‌های جدید در صنایع غذایی منتخب (واحد صنعتی)



• گزارش عملکرد سالانه - وزارت صنعت، معدن و تجارت

سرمایه‌گذاری مورد نیاز برای تأسیس واحدهای جدید صنعتی پس از طی روندی صعودی در بین سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۰، در سال ۱۴۰۱ بیش از ۴۸ درصد کاهش یافته است. میانگین سرمایه‌گذاری پیش‌بینی‌شده برای بهره‌برداری طرح‌های جدید از ۱۴.۶ میلیارد تومان در سال ۱۴۰۰ به ۱۳.۴ میلیارد تومان در سال ۱۴۰۱ رسیده است.

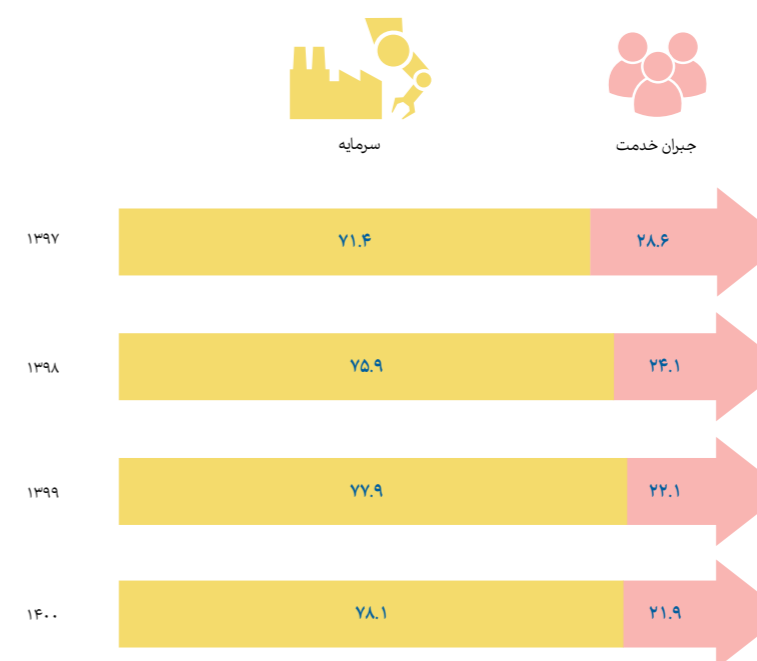
سرمایه‌گذاری مورد نیاز ذکر شده در مجوزهای تأسیس طرح‌های صنعتی جدید - صنایع غذایی منتخب (هزار میلیارد ریال)



• گزارش عملکرد سالانه - وزارت صنعت، معدن و تجارت

صنایع غذایی، فعالیتی کاربر هستند. سهم نیروی کار از ارزش افزوده تولید از ۲۹ درصد در سال ۱۳۹۷ به کمتر از ۲۲ درصد در سال ۱۴۰۰ رسیده است. با توجه 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)



• طرح جامع آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی کشور - مرکز آمار



# چشم انداز بازار از منظر فعالان صنایع غذایی (استراتژی‌ها و ریسک‌ها)

## 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 پی سال‌های اخیر تحت تأثیر ممنوعیت‌های داخلی و خارجی نوسان داشته است.



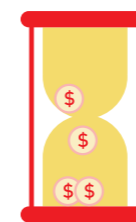
### نرخ ارز

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 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.<sup>۱</sup>

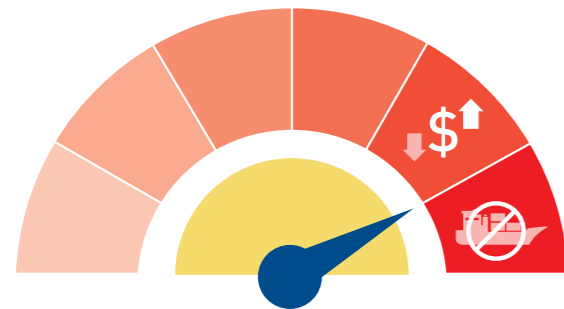
بر اساس سیستم امتیازدهی جدید

### ریسک تجاری و ریسک نرخ ارز

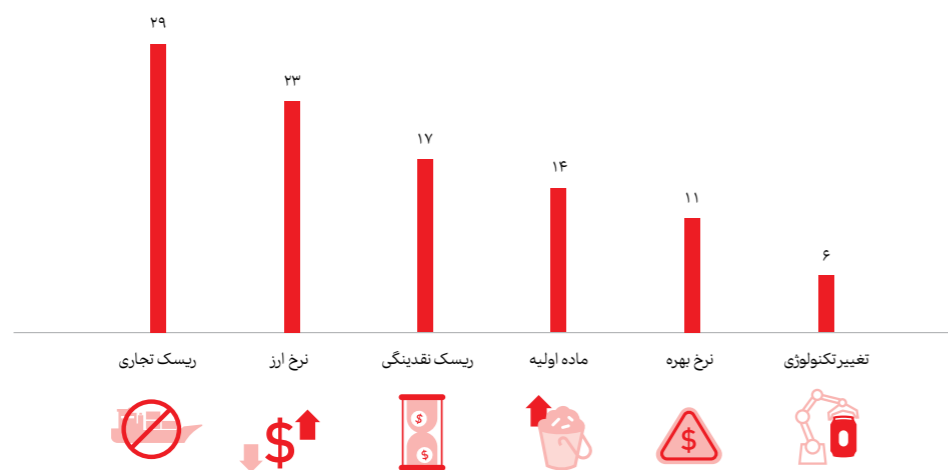
مهم‌ترین ریسک‌های

تولیدکنندگان داخلی محصولات

شیمیایی محسوب می‌شوند.



ریسک‌های اصلی فعالان صنایع غذایی منتخب (نمره ریسک)



• گزارش مدیریت تفسیری شرکت‌های بورسی - سامانه کدال

۱. در مرحله اول باتوجه 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 به دست 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 به صورت 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.



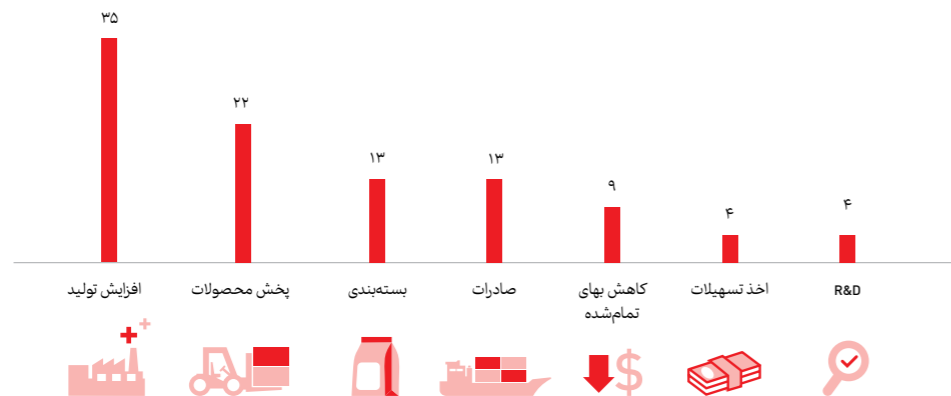
## امتیاز استراتژی شرکت‌ها

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

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)



• گزارش مدیریت تفسیری شرکت‌های بورسی - سامانه کدال

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 تجمیع 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.

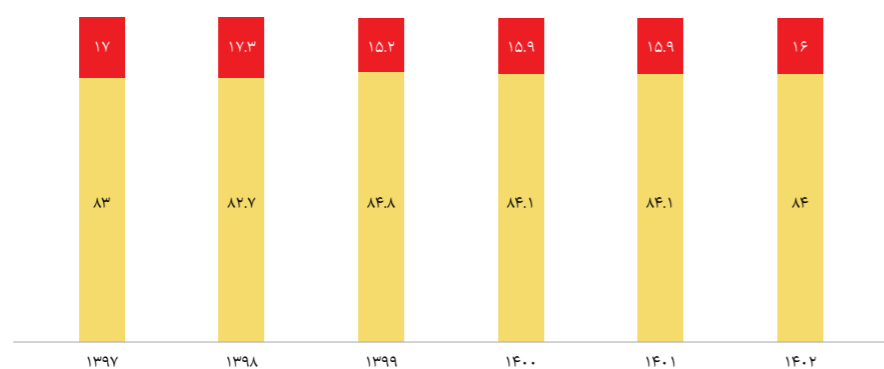
ارزش مجموع مصرف داخلی محصولات غذایی منتخب (هزار میلیارد ریال)



سهم محصولات غذایی منتخب از هزینه‌های خوراکی در خانوارهای روستایی از ۱۷ درصد در سال ۱۳۹۷ به ۱۵.۹ درصد در سال ۱۴۰۱ رسیده است.

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

● گروه کالایی منتخب ● سایر محصولات غذایی

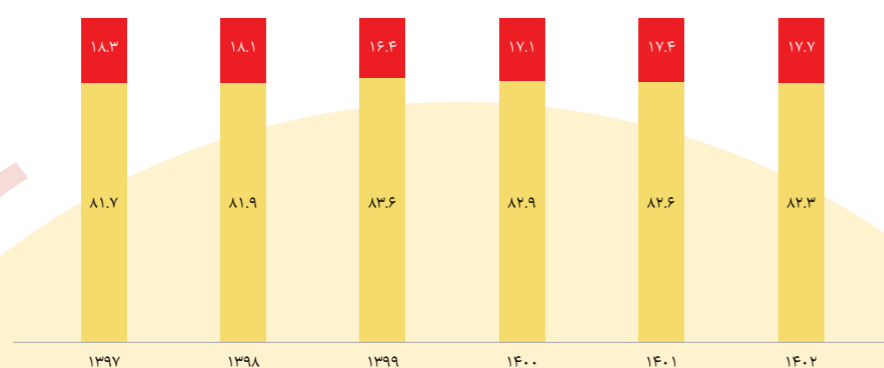


● بودجه خانوار - مرکز آمار

به طور میانگین سهم محصولات غذایی منتخب از هزینه خوراکی خانوار از ۱۸.۳ درصد در سال ۱۳۹۷ به ۱۷.۴ درصد در سال ۱۴۰۱ رسیده است.

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

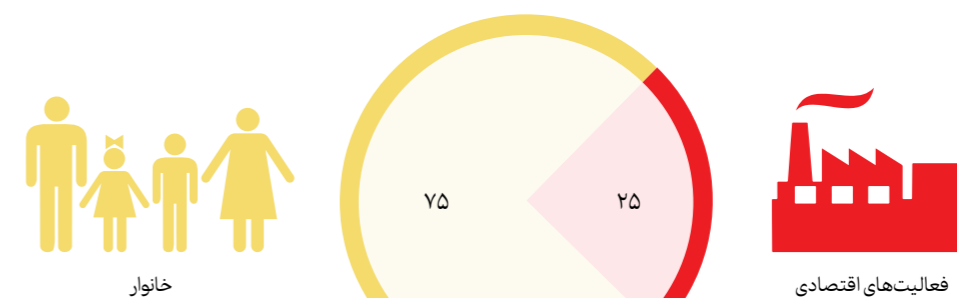
● گروه کالایی منتخب ● سایر محصولات غذایی



● بودجه خانوار - مرکز آمار

خانوارها مهم‌ترین تقاضاکنندگان محصولات غذایی منتخب به شمار می‌روند.

### سهم مصرف محصولات غذایی (درصد)

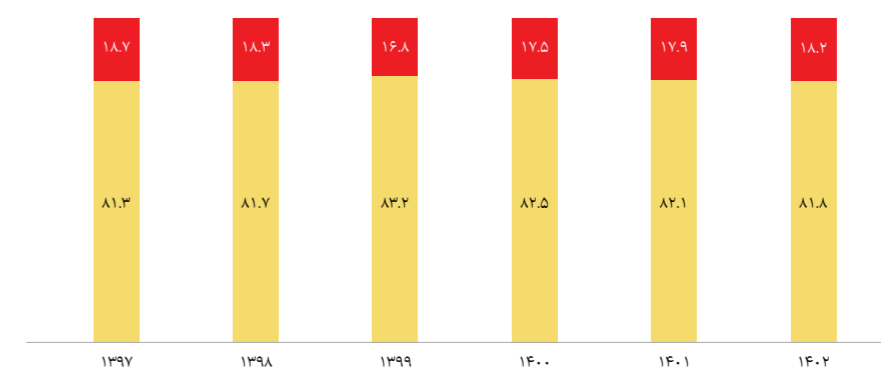


● جدول داده - ستانده - ۱۳۹۵

گروه‌های کالایی منتخب از مجموع هزینه‌های خوراکی در خانوارهای شهری از ۱۸.۷ درصد در سال ۱۳۹۷ به ۱۷.۹ درصد در سال ۱۴۰۱ رسیده است.

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

● گروه کالایی منتخب ● سایر محصولات غذایی



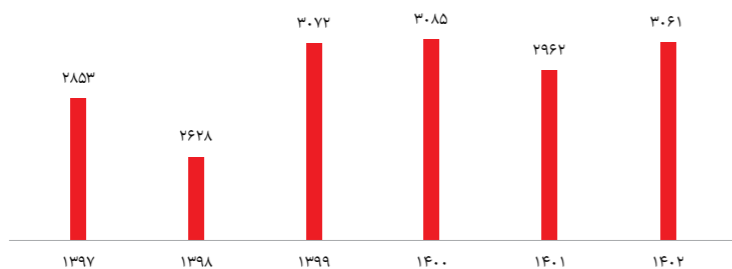
● بودجه خانوار - مرکز آمار



### حجم مصرف

حجم مصرف داخلی محصولات غذایی منتخب در سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۸ روندی نزولی را سپری کرده بود. اما این شاخص در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ به سطح پیشین خود بازگشته بود. اما این شاخص در سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ با افزایش قیمت مواد غذایی کاهش یافته است.

حجم مصرف داخلی محصولات منتخب (هزار تن)

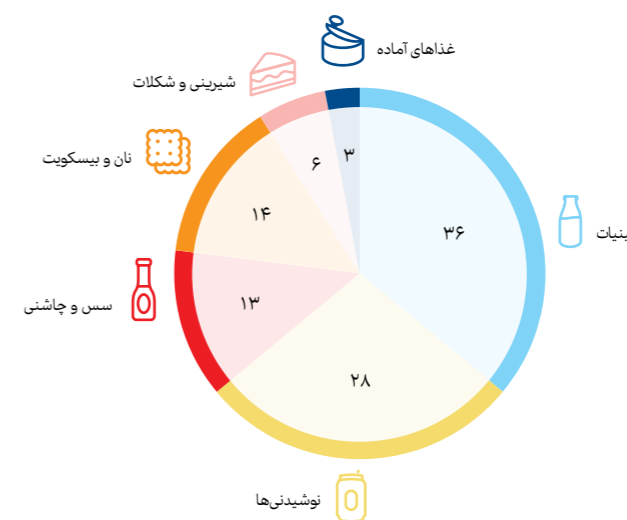


### مصرف داخلی به تفکیک محصولات

لبنیات بیشترین سهم از بازار محصولات غذایی منتخب را به خود اختصاص می‌دهند. نوشیدنی‌ها و چاشنی‌ها نیز در رتبه‌های بعدی قرار دارند.



سهم محصولات غذایی از سبد محصولات منتخب - ۱۴۰۲ (درصد)



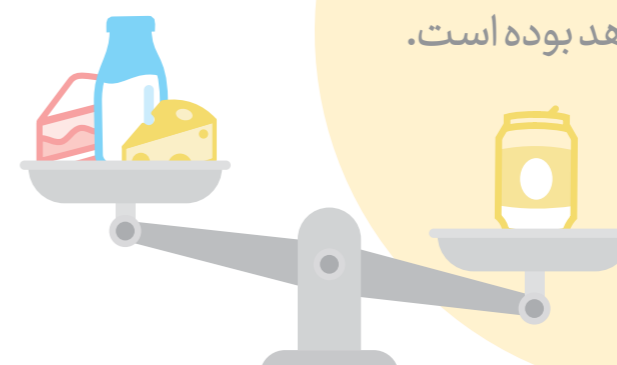
## برآورد تغییرات مصرف آینده

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.

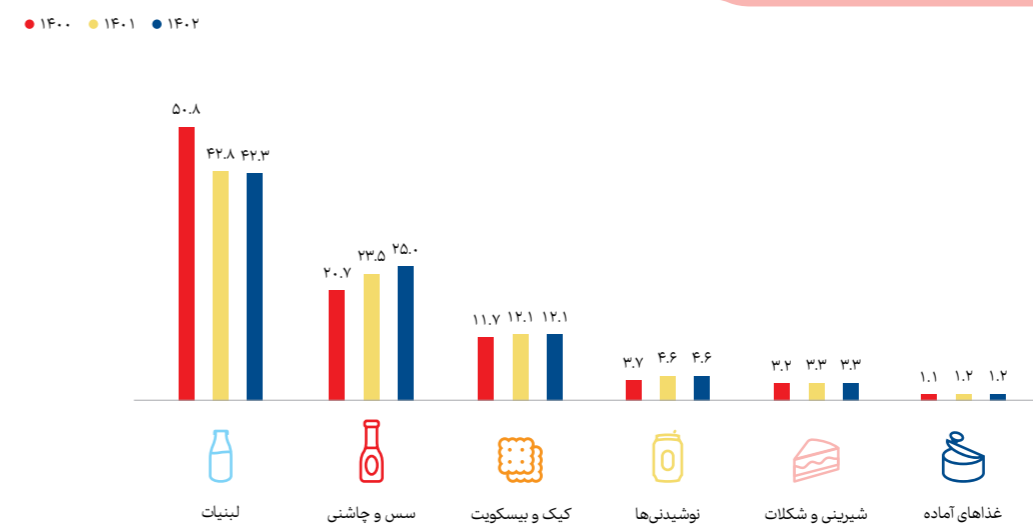


محصولات غذایی منتخب به‌عنوان بخشی از کالاهای خوراکی و آشامیدنی‌ها، کالاهای ضروری خانوار محسوب می‌شوند. باین‌وجود، بحران هزینه - درآمد خانوار در سال‌های گذشته باعث کاهش قابل‌ملاحظه حجم مصرف خانوار شده است. در سال‌های گذشته مصرف «محصولات لبنی»، «کیک و بیسکویت» و «شیرینی و شکلات» در بین خانوارهای ایرانی کاهش یافته است. در مقابل حجم مصرف سایر محصولات منتخب افزایش یافته است.

در این بین سرانه مصرف نوشیدنی‌ها در دو سال گذشته با **۳۵ درصد** رشد بیشترین افزایش را شاهد بوده است.



متوسط حجم مصرف سالانه خانوار (کیلوگرم)



## صادرات و واردات

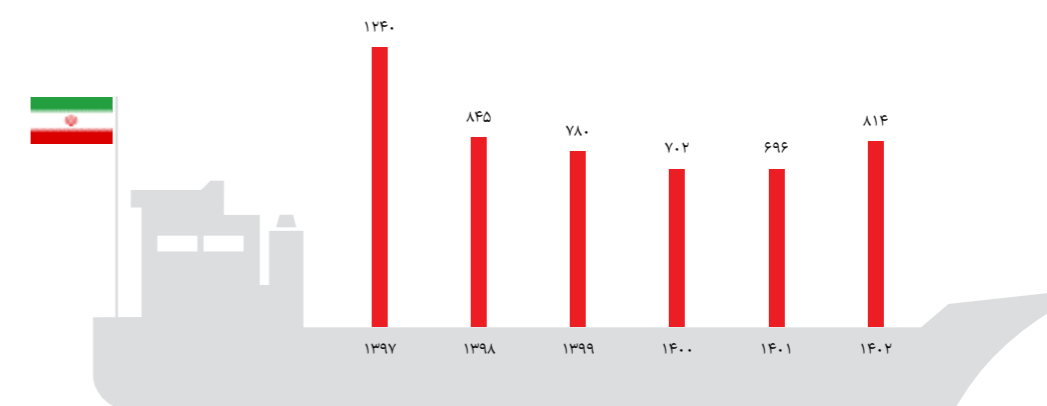
### صادرات

صادرات محصولات غذایی منتخب در سال ۱۳۹۸ به شدت کاهش پیدا کرد. ممنوعیت صادرات از طرف ایران و ممنوعیت واردات از طرف عراق اصلی‌ترین دلیل افت صادرات بوده است. ارزش صادرات مواد غذایی در سال ۱۴۰۱ به کمترین میزان رسیده بود. این شاخص در سال ۱۴۰۲ با ۱۷ درصد افزایش به ۸۱۴ میلیون دلار رسیده است.

حجم صادرات به کشور عراق به عنوان مهم‌ترین مقصد محصولات غذایی در سال‌های اخیر کاهش پیدا کرده است.

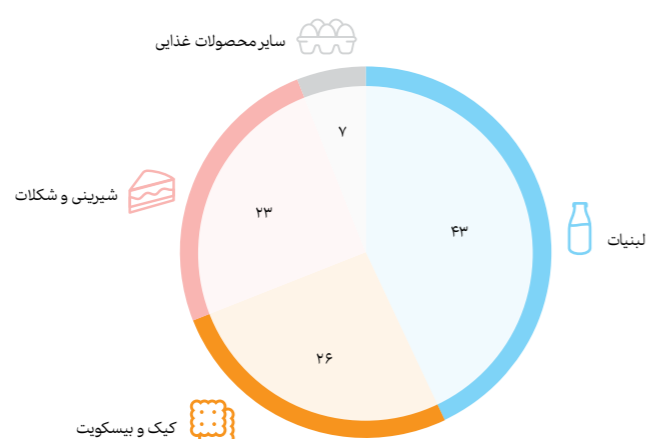


ارزش صادرات محصولات غذایی (میلیون دلار)



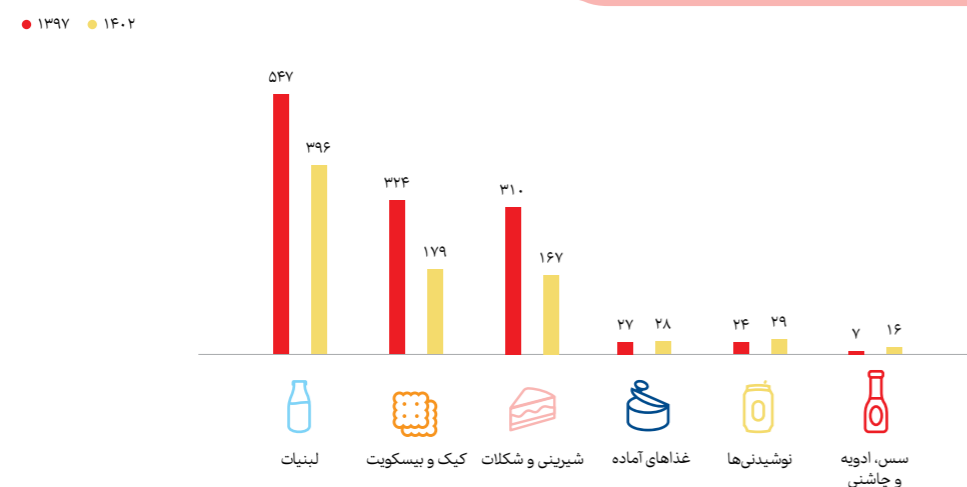
در حال حاضر محصولات لبنی مهم‌ترین محصولات غذایی منتخب صادراتی محسوب می‌شوند. کیک و بیسکویت و شیرینی و شکلات در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

سهم محصولات غذایی از صادرات - ۱۴۰۲ (درصد)



در شش سال اخیر صادرات محصولات لبنی بیش از ۲۸ درصد کاهش پیدا کرده است. صادرات دو گروه «کیک و بیسکویت» و «شیرینی و شکلات» نیز به ترتیب ۳۳ و ۵۷ درصد کاهش پیدا کرده است. این سه گروه بیشترین سهم از صادرات محصولات غذایی منتخب را تشکیل می‌دهند. در مقابل ارزش صادرات نوشیدنی‌ها و چاشنی‌ها در سال‌های اخیر افزایش یافته است.

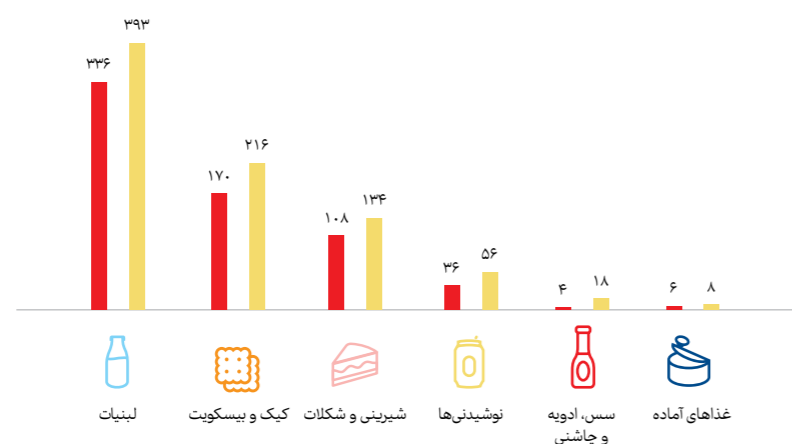
ارزش صادرات انواع محصولات غذایی منتخب (میلیون دلار)



درحالی‌که ارزش محصولات صادراتی کاهش یافته است، حجم این محصولات صادراتی افزایش یافته است. در نتیجه سهم محصولات ارزان‌قیمت‌تر در این دوره افزایش یافته است.

حجم صادرات محصولات غذایی منتخب (هزار تن)

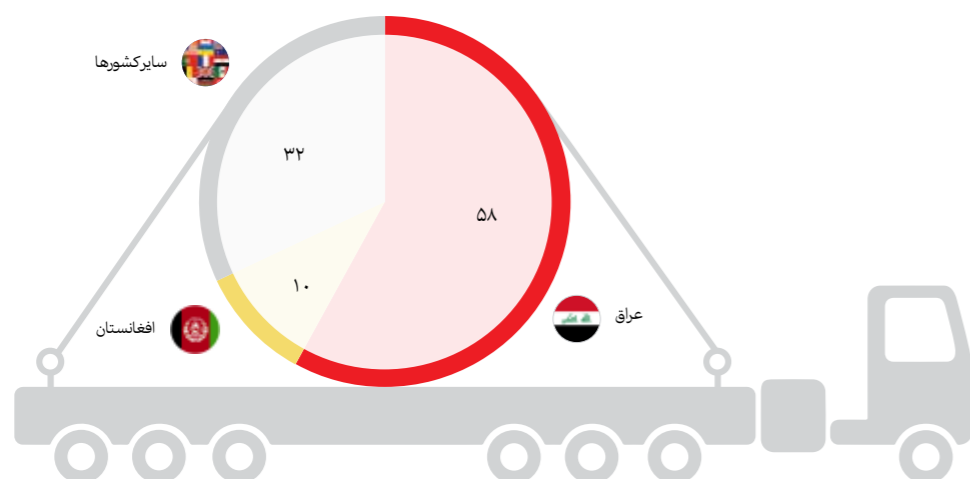
● ۱۳۹۷ ● ۱۴۰۲



www.trademap.org

کشورهای عراق و افغانستان کماکان مهم‌ترین مقاصد صادراتی محصولات غذایی داخلی محسوب می‌شوند.

مقاصد عمده صادرات محصولات غذایی - ۱۴۰۲ (درصد)

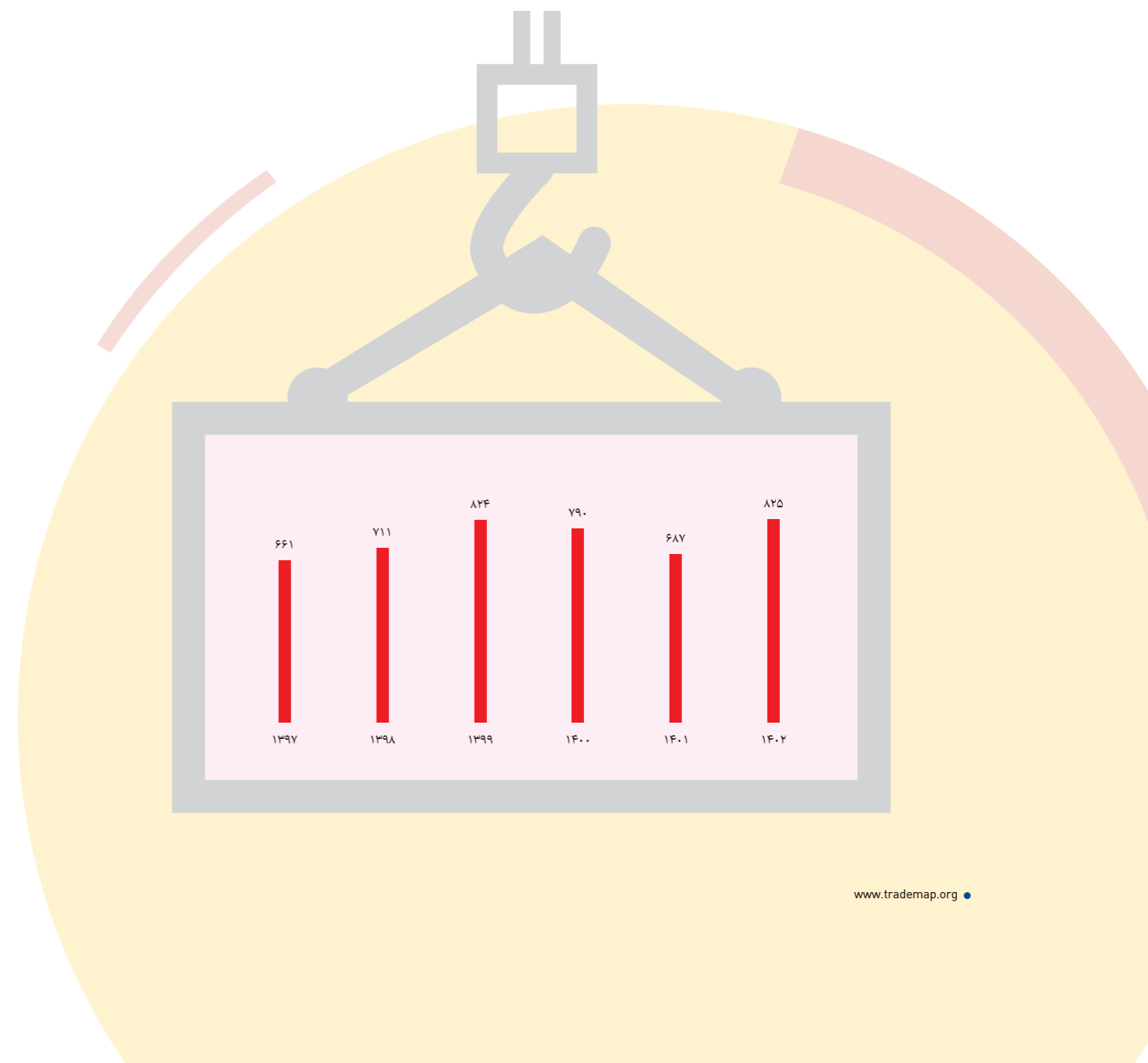


www.trademap.org



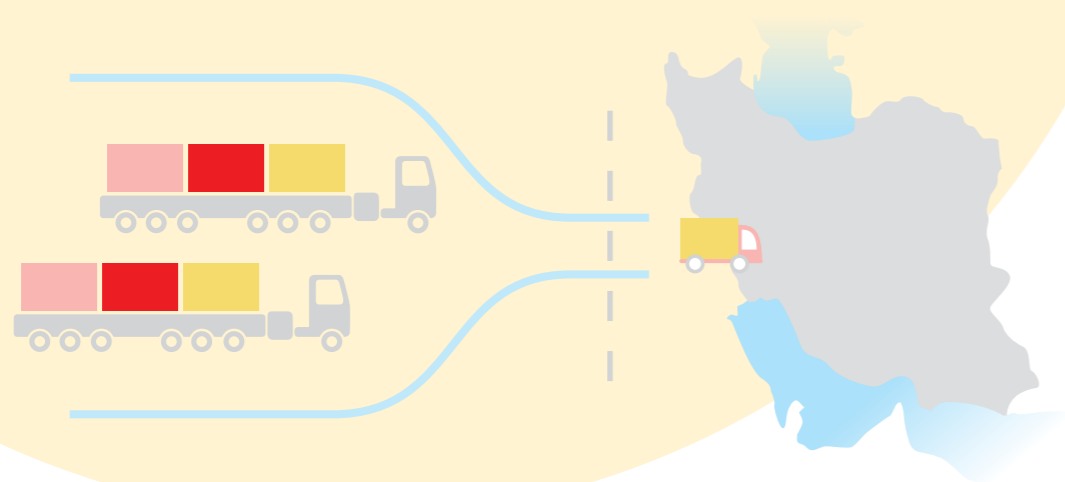
حجم صادرات محصولات غذایی منتخب از ۶۶۱ هزار تن در سال ۱۳۹۷ به ۸۲۵ هزار تن در سال ۱۴۰۲ رسیده است.

حجم صادرات محصولات غذایی (هزار تن)

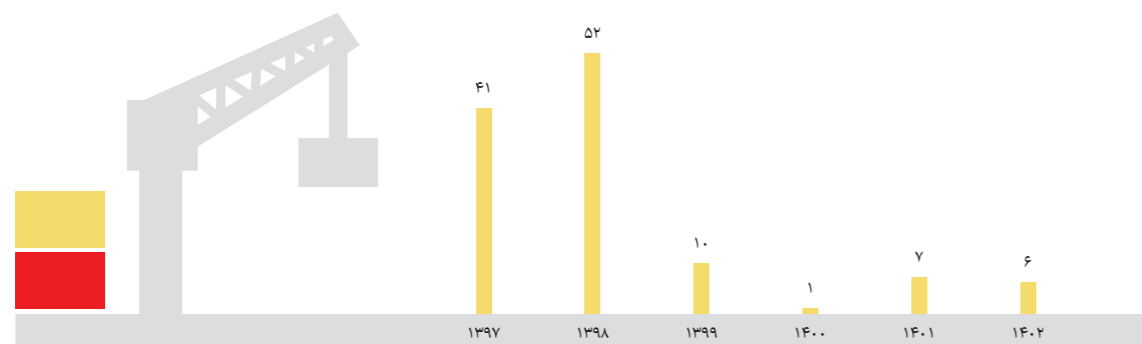


www.trademap.org

حجم محصولات وارداتی به کشور از ۵۲ هزار تن در سال ۱۳۹۸ به شش هزار تن در سال ۱۴۰۲ رسیده است.



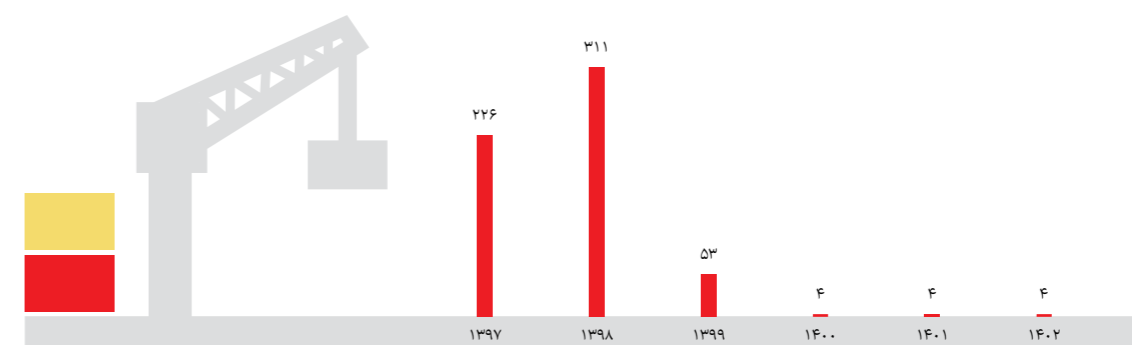
حجم واردات محصولات غذایی (هزار تن)



## 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. واردات محصولات غذایی منتخب در سه سال گذشته به شدت کاهش پیدا کرده است.

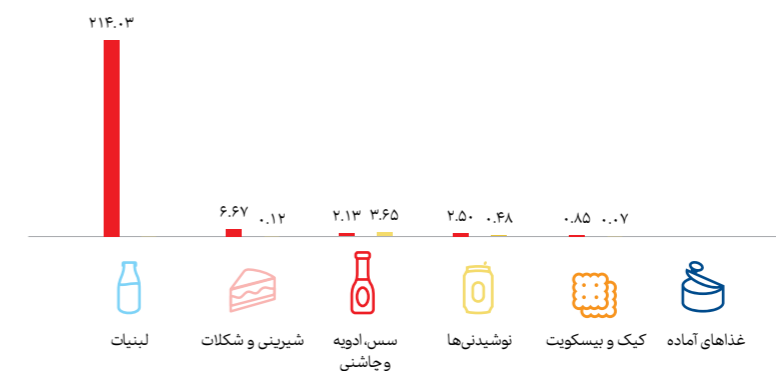
ارزش واردات محصولات غذایی (میلیون دلار)



محصولات لبنی و به طور مشخص کره حیوانی اصلی‌ترین محصول وارداتی در بین محصولات غذایی منتخب محسوب می‌شود. واردات این محصول در سه سال گذشته به شدت کاهش پیدا کرده است.

ارزش صادرات انواع محصولات غذایی منتخب (میلیون دلار)

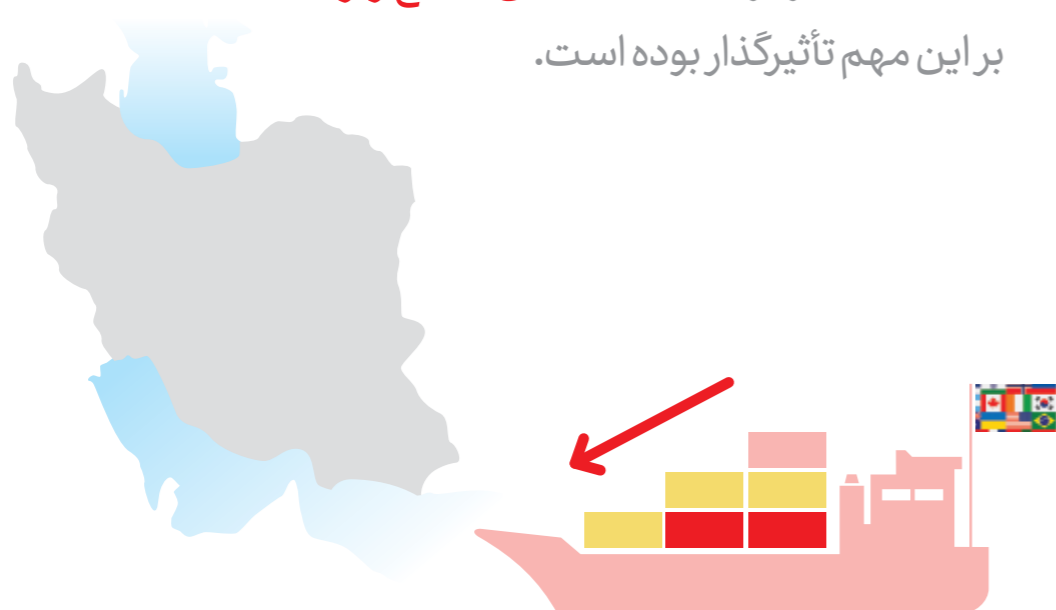
● ۱۳۹۷ ● ۱۴۰۲



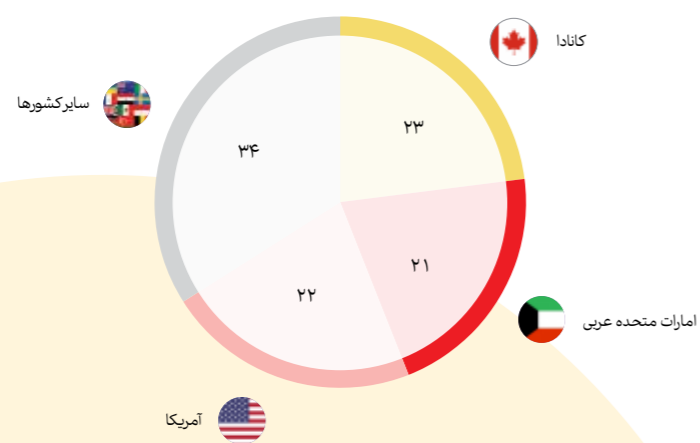
لبنیات   شیرینی و شکلات   سس، ادویه و چاشنی   نوشیدنی‌ها   کیک و بیسکویت   غذاهای آماده

## مبادی عمده واردات

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

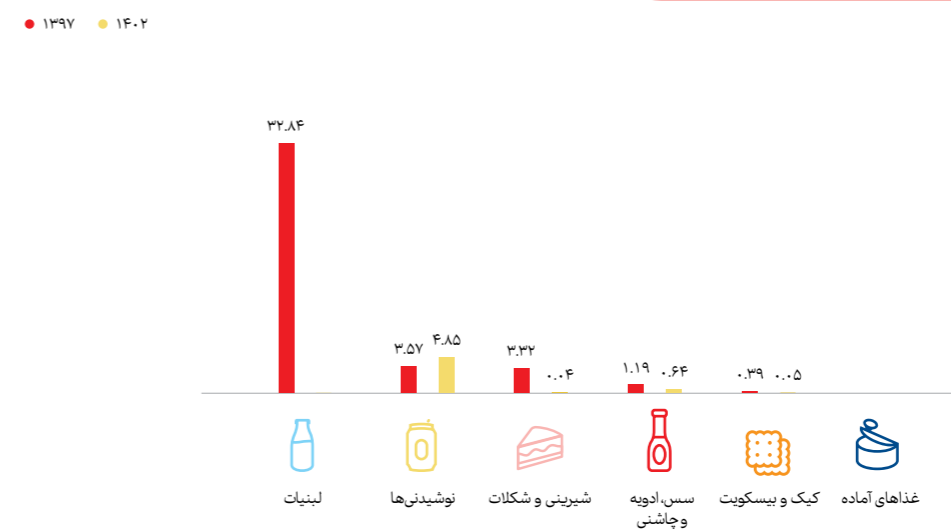


مبادی عمده واردات محصولات غذایی - ۱۴۰۲ (درصد)



حجم واردات محصولات نوشیدنی در شش سال گذشته ۳۶ درصد افزایش یافته است. در مقابل حجم واردات سایر محصولات غذایی منتخب در این دوره کاهش یافته است.

حجم واردات انواع محصولات غذایی منتخب (هزار تن)





## قیمت

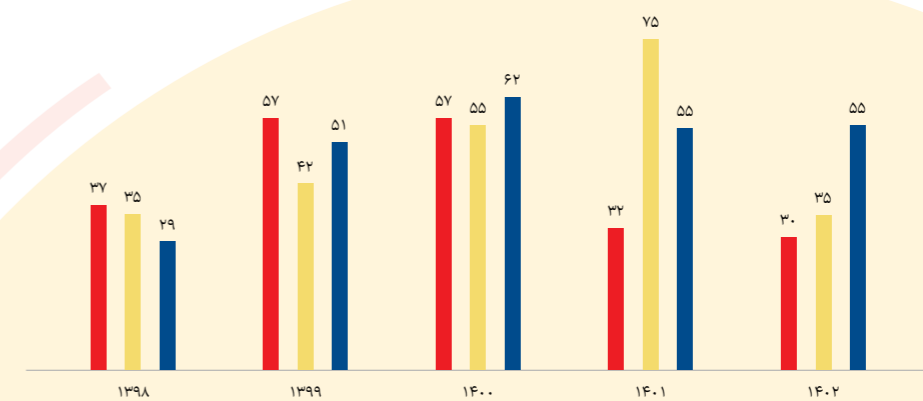
### تورم تولیدکننده

تورم در هزینه تولید محصولات خوراکی و آشامیدنی تا پیش از سال ۱۴۰۰ همواره پایین‌تر از میانگین تورم در هزینه تولید بخش صنعت بوده است. تأمین بخش عمده‌ای از مواد اولیه در داخل و تخصیص ارز ترجیحی در این مهم تأثیرگذار بود. در سه سال اخیر تورم محصولات خوراکی و آشامیدنی فراتر از تورم تولیدکننده بخش صنعت رفته است. این دو شاخص قیمتی در سال ۱۴۰۱ به بالاترین سطح رسیده بودند. در سال ۱۴۰۲ تورم تولیدکننده محصولات خوراکی با ۴۰ درصد کاهش به ۳۵ درصد رسیده است. اما در مقابل تورم محصولات آشامیدنی کماکان در سطح ۵۵ درصد ثابت مانده است. حذف ارز ترجیحی برای خوراک دام و غلات اصلی‌ترین علت این افزایش قیمت ارزیابی می‌شود. از طرف دیگر افزایش قیمت لوازم بسته‌بندی نیز در پنج سال اخیر به طور مستمر متناسب با افزایش تورم محصولات سلولزی و پلاستیکی افزایش یافته است.



تورم تولیدکننده صنایع خوراکی و آشامیدنی (درصد)

● آشامیدنی ● خوراکی ● کل بخش صنعت



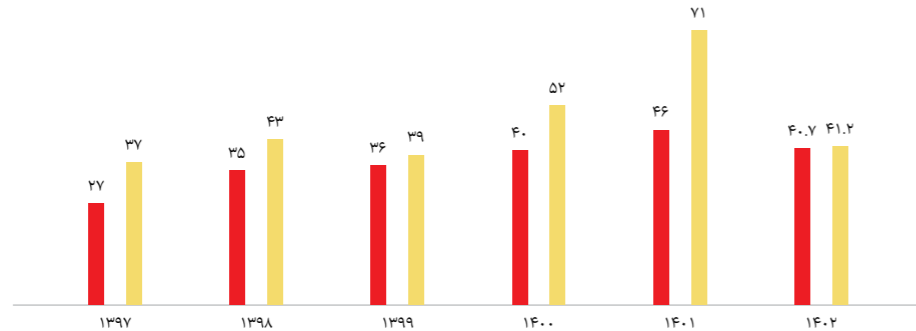
● شاخص‌های قیمت - مرکز آمار

### تورم مصرف‌کننده

تورم محصولات غذایی منتخب در سال‌های اخیر همواره بیشتر از شاخص عمومی تورم بوده است. این شاخص در سال ۱۴۰۰ به بیش از ۵۰ درصد و در سال ۱۴۰۱ به بیش از ۷۱ درصد رسیده بود. شاخص مذکور در سال ۱۴۰۲ با ۳۰ درصد کاهش به ۴۱ درصد رسیده است.

تورم مصرف‌کننده محصولات خوراکی و آشامیدنی (درصد)

● خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها ● شاخص کل تورم

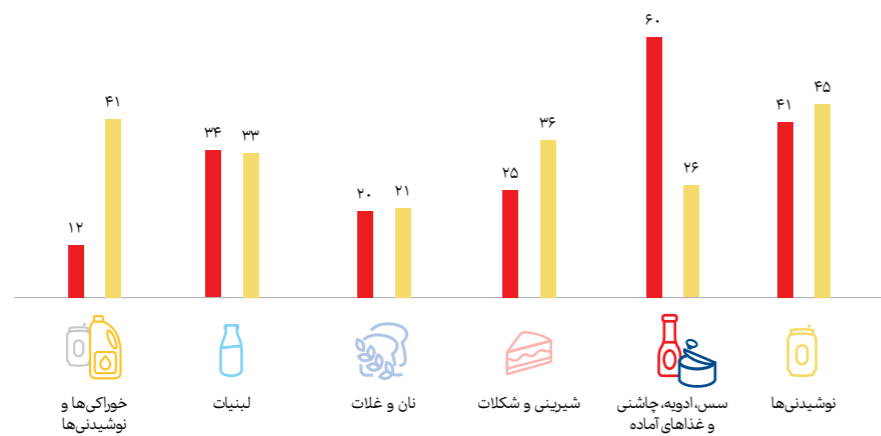


● شاخص‌های قیمت - مرکز آمار

تورم قیمت‌های 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)

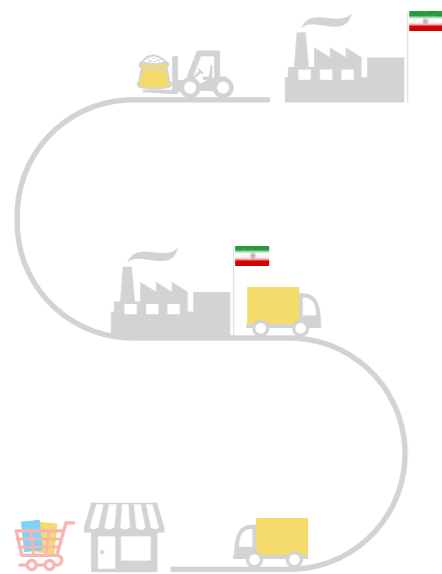
● ۱۴۰۲ ● ۱۳۹۷



● شاخص‌های قیمت - مرکز آمار

## زنجیره تأمین صنعت

### هزینه‌های تولید

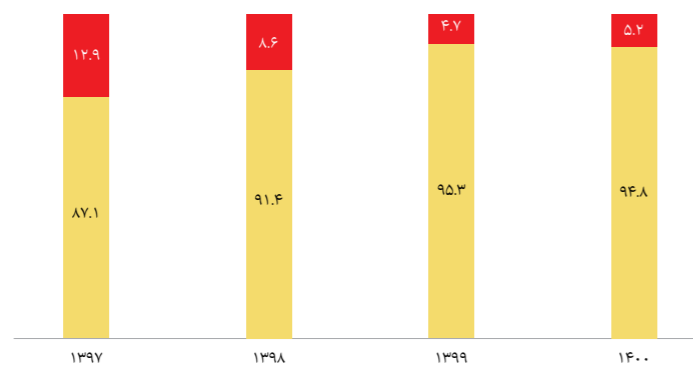


به‌طور کلی قسمت عمده‌ای از مواد اولیه مورد نیاز صنایع غذایی منتخب داخل کشور تولید می‌شود.

واردات مواد اولیه بیشتر مربوط به محصولات فرآوری شده مانند اسانس‌ها، رنگ‌ها و سایر افزودنی‌های مواد غذایی است. در بین سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۴۰۰، سهم مواد اولیه وارداتی از کل مواد اولیه مورد نیاز صنایع غذایی منتخب از ۱۳ درصد به ۵۲ 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



● طرح آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی کشور - مرکز آمار

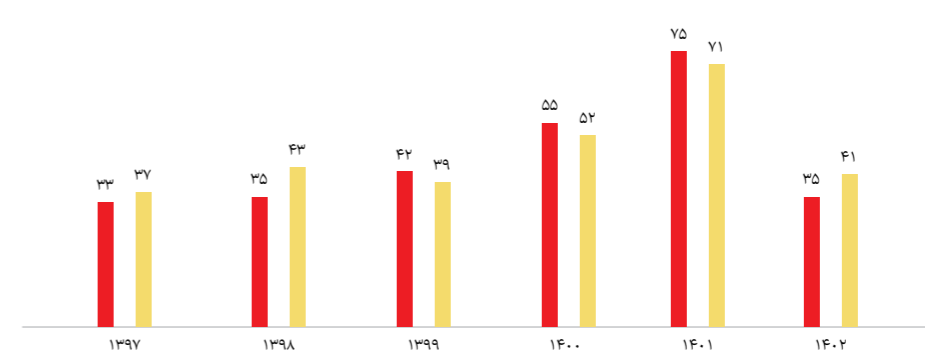


تا پیش از سال ۱۳۹۸ همواره شاخص تورم سالانه مصرف‌کننده در صنایع غذایی بیش از تورم تولیدکننده بود.

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 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.

### میانگین تورم محصولات وارداتی (درصد)

● مصرف‌کننده ● تولیدکننده

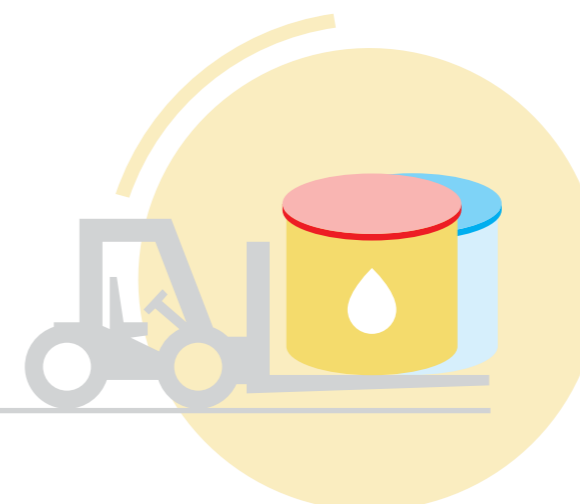


● شاخص‌های قیمت - مرکز آمار

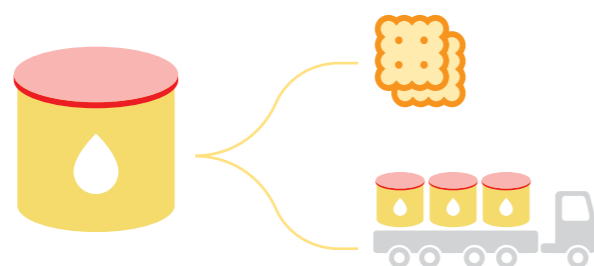
## تجارت شیرخشک

کاهش مصرف محصولات لبنی در داخل کشور و همچنین کاهش فرصت‌های صادراتی در سال‌های اخیر بر سیاست‌های تولیدکنندگان لبنیات در کشور تأثیرگذار بوده است. درحالی‌که 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.

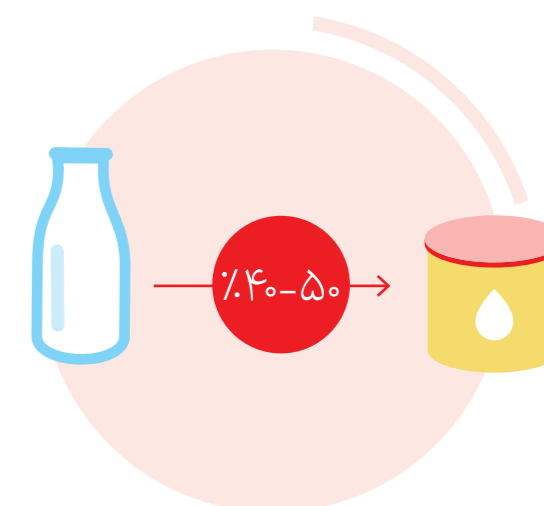


تولیدکنندگان شیر خشک شامل شرکت‌های لبنی و سایر شرکت‌های صنایع غذایی می‌شود. شیر خشک تولیدی علاوه بر عرضه مستقیم به مصرف‌کنندگان در صنایع کیک و بیسکویت به عنوان ماده اولیه مورد استفاده قرار می‌گیرد. بخش عمده‌ای از شیر خشک تولیدی نیز به خارج از کشور صادر می‌شود.



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.

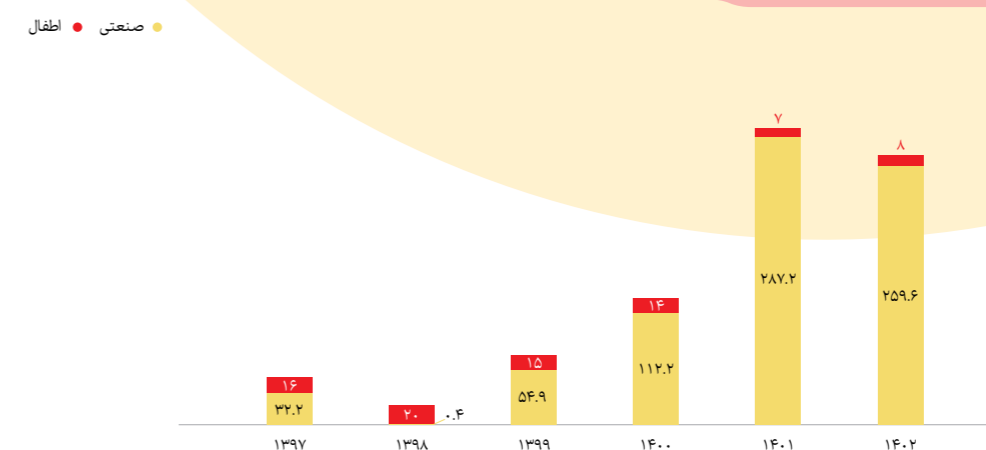
بنا به گفته فعالان این صنعت، بین **۴۰ تا ۵۰ درصد** شیر تولیدی گاوداری‌ها، توسط خریداران به شیر خشک صنعتی تبدیل می‌شود.



## صادرات

ارزش صادرات شیرخشک صنعتی از ۳۲ میلیون دلار در سال ۱۳۹۷ به ۲۸۷ میلیون دلار در سال ۱۴۰۱ و ۲۶۰ میلیون دلار در سال ۱۴۰۲ رسیده است. صادرات شیر خشک اطفال نیز از ۱۶ میلیون دلار در سال ۱۳۹۷ به ۸ میلیون دلار در سال ۱۴۰۲ رسیده است.

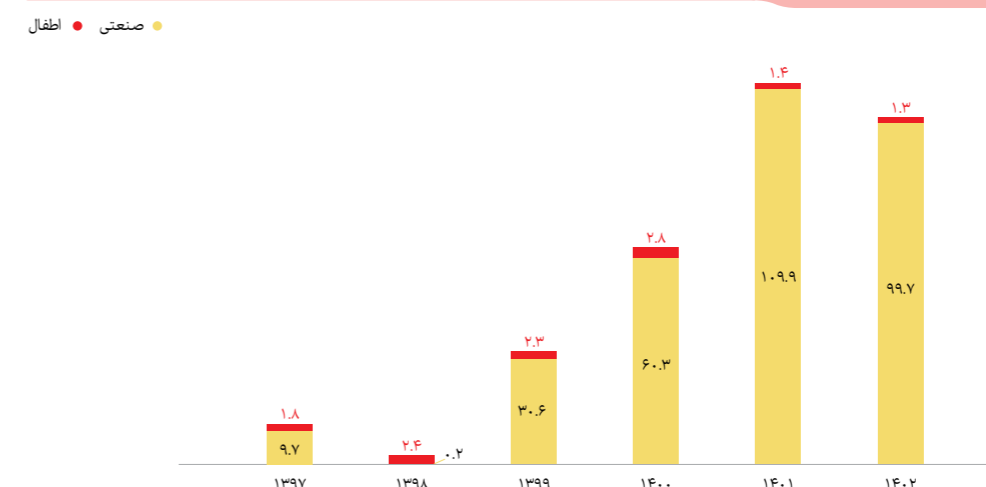
ارزش صادرات انواع شیر خشک (میلیون دلار)



www.trademap.org

شیرخشک اطفال قیمت بالاتری نسبت به شیرخشک صنعتی دارد.

حجم صادرات انواع شیر خشک (هزار تن)

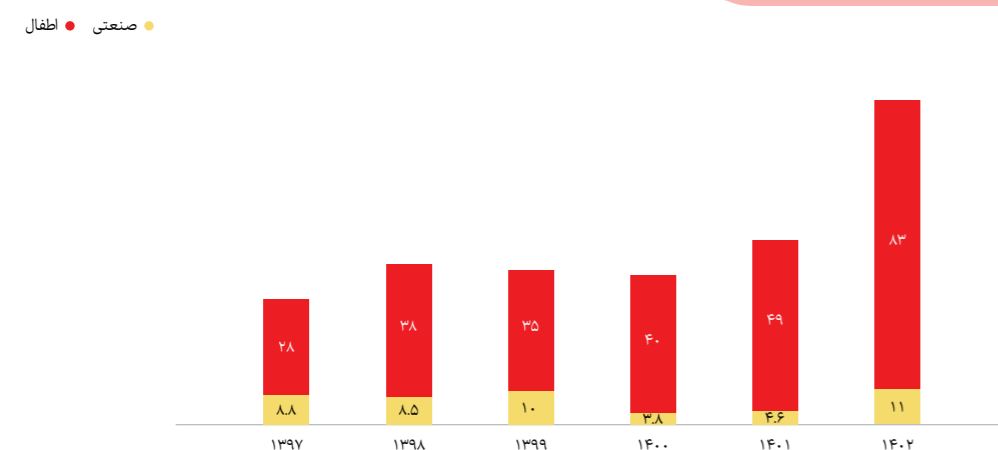


www.trademap.org

## واردات

ارزش واردات انواع شیرخشک در سال ۱۴۰۲ به بیش از ۹۴ میلیون دلار رسیده است. از این میزان ۸۳ میلیون دلار شیر خشک اطفال و ۱۱ میلیون دلار شیر خشک صنعتی وارد شده است. ارزش واردات شیرخشک صنعتی در شش سال گذشته بین ۴ تا ۱۱ میلیون دلار در نوسان بوده است. ارزش واردات شیرخشک اطفال از ۲۸ میلیون دلار در سال ۱۳۹۷ به بیش از ۸۳ میلیون دلار در سال ۱۴۰۲ رسیده است.

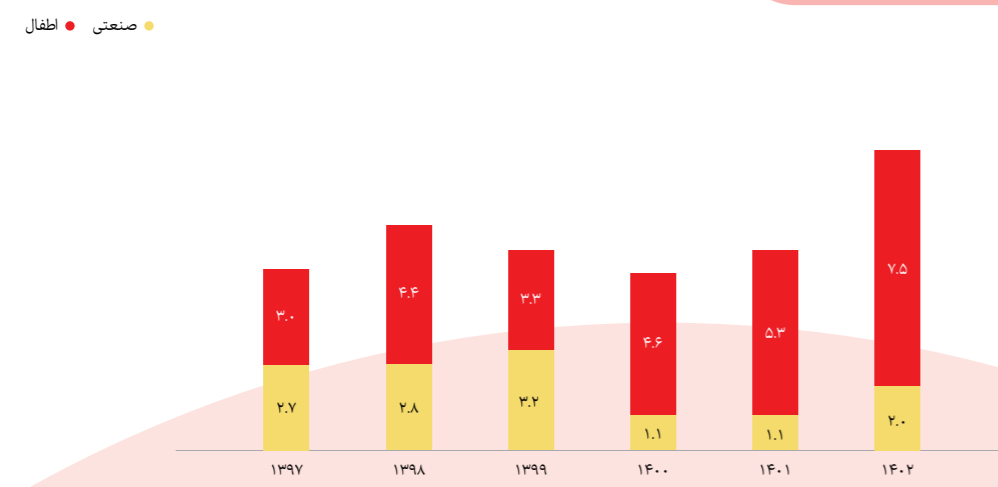
ارزش واردات انواع شیر خشک (میلیون دلار)



www.trademap.org

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

حجم واردات انواع شیر خشک (هزار تن)



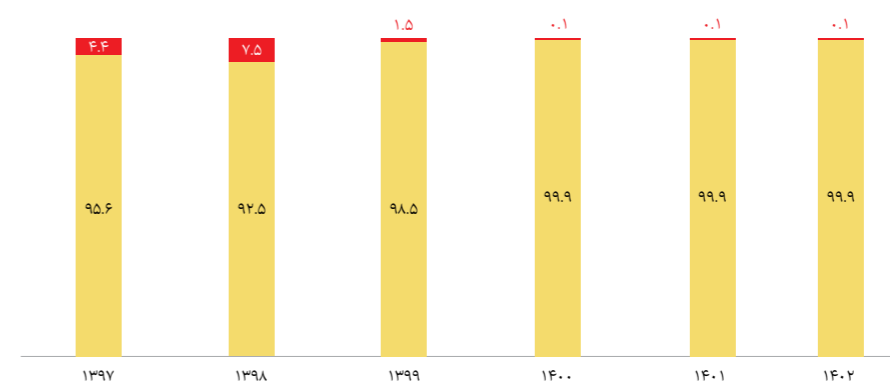
www.trademap.org

## 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 سه سال اخیر واردات برخی کالاهای اساسی مانند کره حیوانی به شدت کاهش پیدا کرده و در نتیجه سهم واردات از مصرف داخل به کمترین در صد رسیده است.

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

● واردات ● تولید



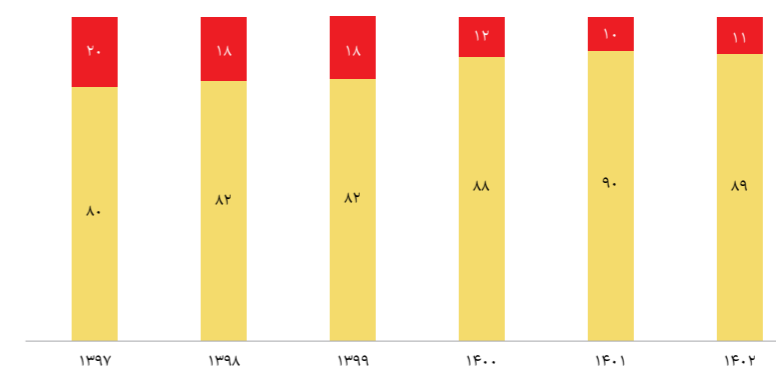
● محاسبات مشاور

## سهم تقاضای داخلی و صادرات از تولید داخلی

با کاهش صادرات به کشورهای همسایه، سهم (ارزش) مصرف داخلی از تقاضای محصولات تولیدی در کشور افزایش یافته است. سهم صادرات از تولید داخل از ۱۰ درصد در سال ۱۳۹۶ به ۲۰ درصد در سال ۱۳۹۷ رسیده است. این شاخص در سال‌های اخیر رفته‌رفته کاهش یافت و در نهایت در سال ۱۴۰۲ مجدداً به ۱۲ درصد رسیده است.

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

● صادرات ● تقاضای داخلی



● 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.

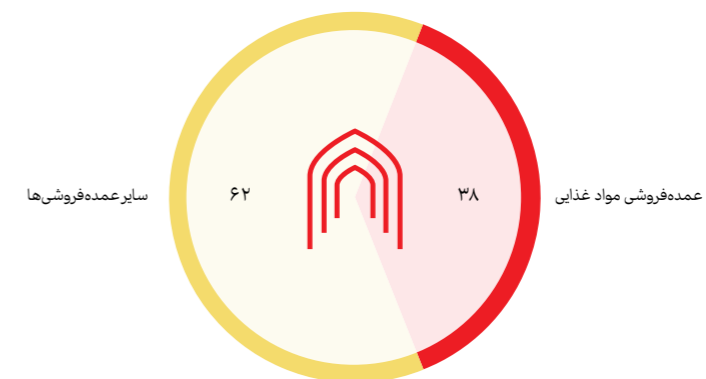


خرده‌فروشی‌ها

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.

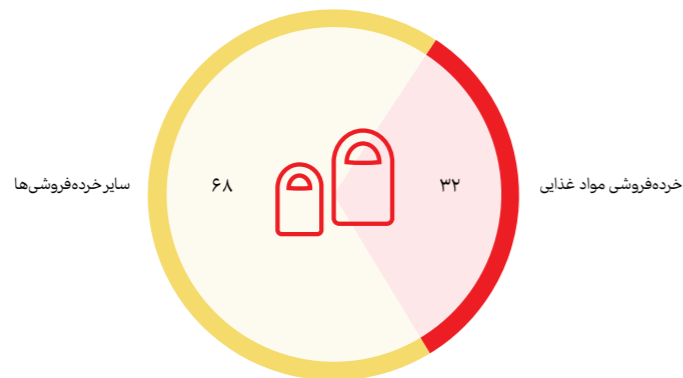
### سهم عمده‌فروشی‌های مواد غذایی از کل عمده‌فروشی‌ها (درصد)



• آمار اصناف - وزارت صنعت، معدن و تجارت

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 دو سال اخیر و با اوج‌گیری همه‌گیری کرونا، 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)

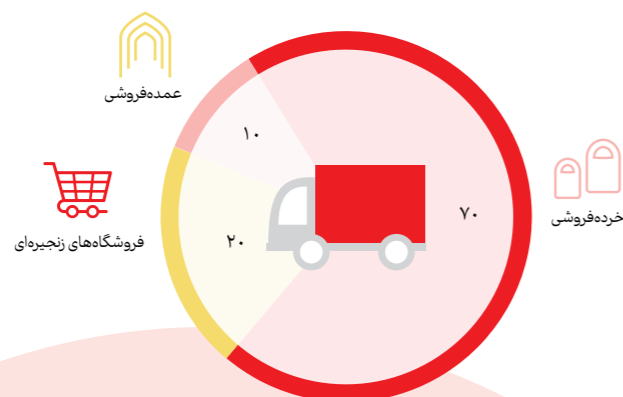


• آمار اصناف - وزارت صنعت، معدن و تجارت

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

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 پیش مورد 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

شیر خام مهم‌ترین ماده اولیه صنایع لبنی محسوب می‌شود.

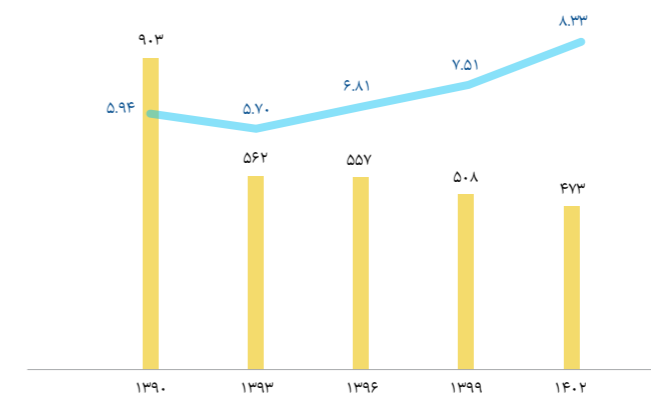
به طور میانگین **۶ درصد** از هزینه مواد اولیه صنایع لبنی به شیر اختصاص پیدا می‌کند.



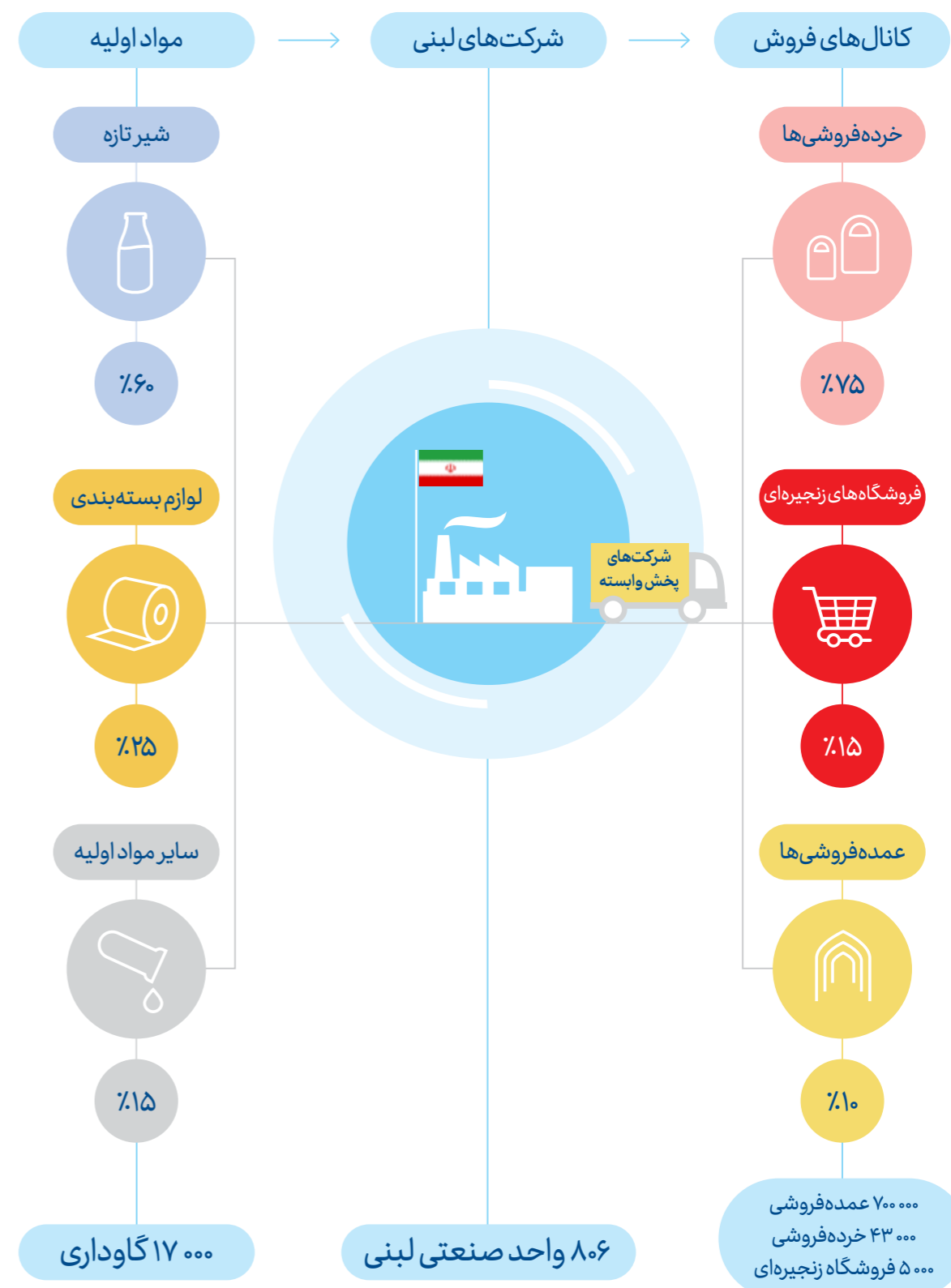
در سال ۱۴۰۲ بیش از ۴۷۳ هزار بهره‌بردار صنعتی و غیرصنعتی به تولید بیش از ۸.۳۳ میلیون تن شیر می‌پردازند. ۶.۱ میلیون تن از شیر تولیدی توسط ۱۷ هزار گاو‌داری صنعتی تولید می‌شود. میانگین شیر تولیدی در مجموع گاو‌داری‌ها از ۶.۶ تن در سال ۱۳۹۰ به ۱۷.۶ تن در سال ۱۴۰۲ رسیده است. این شاخص در گاو‌داری‌های صنعتی از ۱۵۰ تن در سال ۱۳۸۱ به بیش از ۳۵۵ تن در سال ۱۴۰۱ رسیده است.

### تعداد دامداری‌ها و حجم شیر تولیدی

حجم شیر تولیدی (میلیون تن) — تعداد گاو‌داری‌های صنعتی (هزار عدد)



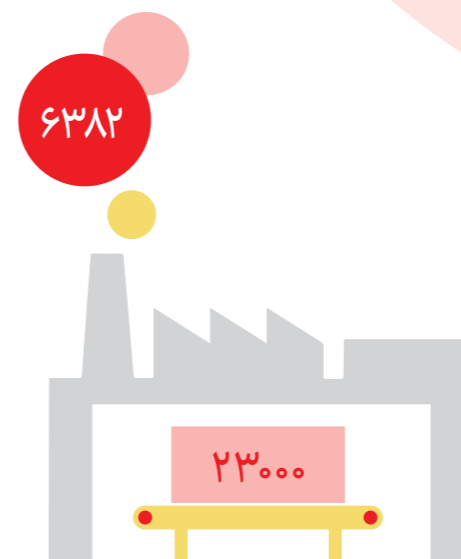
زنجیره تأمین صنایع لبنی





## رقابت و بازیگران اصلی

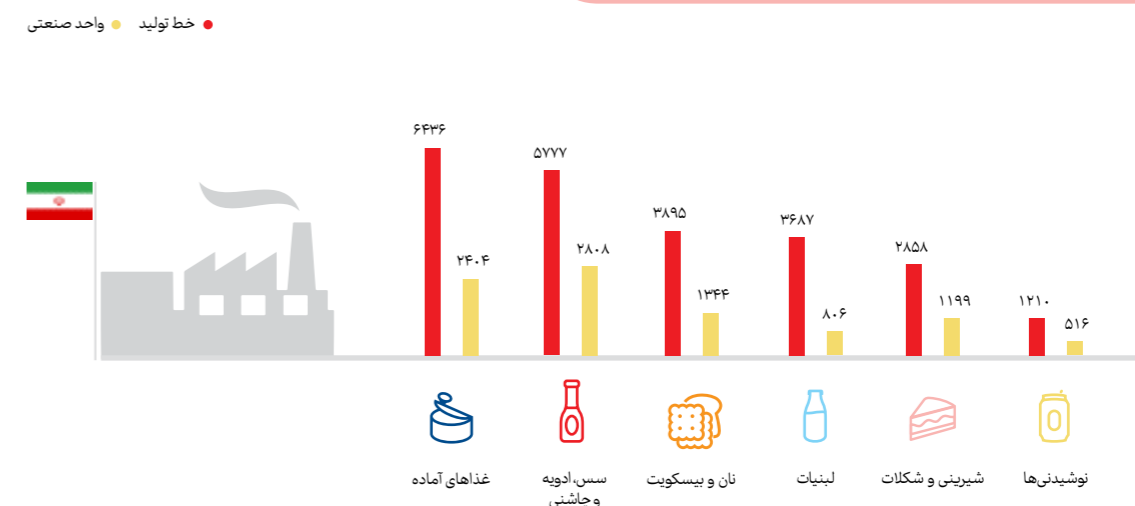
### وضعیت کلی بنگاه‌های فعال



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)

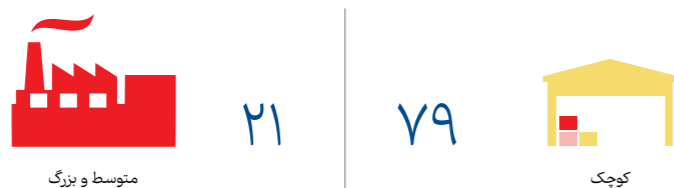


طرح جامع آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی کشور - مرکز آمار

### 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)



طرح جامع آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی کشور - مرکز آمار



## شرکت‌های برتر

### شرکت‌های برتر صنایع غذایی منتخب

اکثر تولیدکنندگان بزرگ صنایع شیری و شکلات، شرکت‌های خانوادگی هستند. صنایع غذایی سس و چاشنی زیرمجموعه هلدینگ‌های بزرگ صنعتی کشور هستند. صنایع لبنیات کشور در گذشته در انحصار شرکت‌های دولتی و هلدینگ‌های عمومی بود اما امروزه شرکت‌های لبنی خصوصی با افزایش سطح رقابت و تنوع محصولات تولیدی، عمده سهم بازار را در اختیار دارند.

### وضعیت کلی شرکت‌های فعال در بورس

در حال حاضر سهام ۴۴ شرکت فعال در صنایع غذایی منتخب در بورس اوراق بهادار کشور معامله می‌شود. ارزش دارایی‌های این مجموعه در پایان سال ۱۴۰۲ به بیش از ۹۳۵ هزار میلیارد ریال رسیده است. سود ناخالص این مجموعه شرکت‌ها در سال ۱۴۰۲ به بیش از ۲۱۶ هزار میلیارد ریال رسیده است. این شاخص نسبت به سال پیش از آن ۴۷ درصد رشد داشته است.

#### وضعیت کلی شرکت‌های بورسی صنایع غذایی منتخب - ۱۴۰۲

تعداد شرکت‌ها	جمع دارایی‌ها (هزار میلیارد ریال)	سود ناخالص (هزار میلیارد ریال)	نرخ رشد سود خالص (درصد)	نرخ رشد درآمد خالص (درصد)
۲۱	۶۰۱	۱۱۷	۶۰	۱۲
۱۰	۱۶۸	۵۲	۳۵	۱۱۳
۱۱	۱۲۲	۲۶	۴۱	۸۹
۲	۴۴	۲۱	۵۵	۱۳۸
<b>۴۴</b>	<b>۹۳۵</b>	<b>۲۱۶</b>	<b>۴۷.۷۵</b>	<b>۸۸</b>

سایر محصولات غذایی

شیرینی و بیسکویت

لبنیات

نوشیدنی‌ها

مجموع

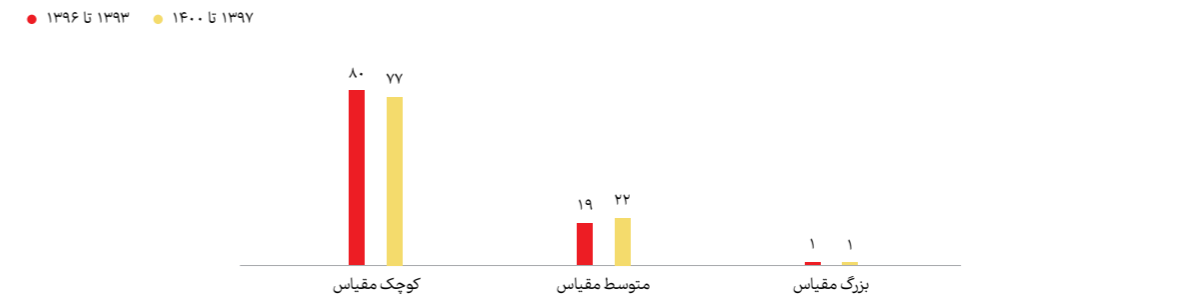
• سازمان بورس و اوراق بهادار

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

### رقابت و ظرفیت تولید

توزیع فعالان صنایع غذایی منتخب بر اساس ظرفیت تولید، می‌تواند امکان بررسی تغییرات رقابت در صنعت را در بازه‌های زمانی مختلف را فراهم کند. در این گزارش وضعیت رقابت در دو بازه زمانی «۱۳۹۳ تا ۱۳۹۶» و «۱۳۹۷ تا ۱۴۰۰» بررسی خواهد شد. سهم بنگاه‌های کوچک مقیاس از تولیدکنندگان فعال در دهه اخیر کاهش پیدا کرده است. در مقابل سهم شرکت‌های متوسط افزایش یافته است.

#### کارگاه‌های صنایع غذایی منتخب به تفکیک مقیاس تولید (درصد)

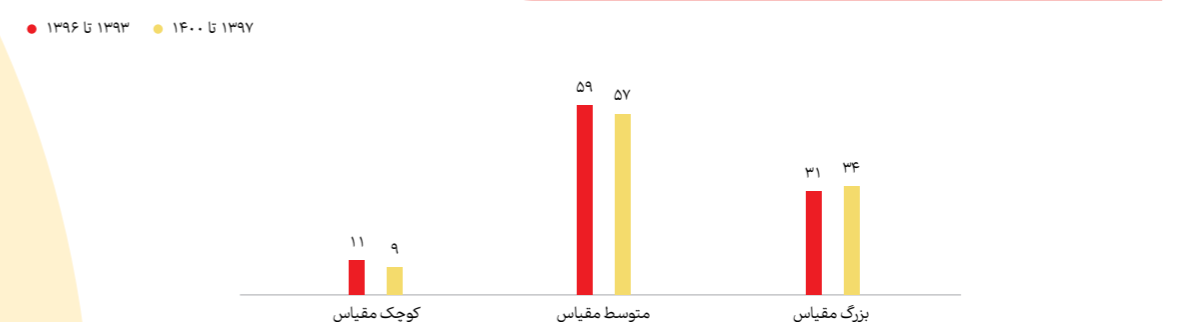


• ظرفیت‌های فعال - وزارت صنعت، معدن و تجارت

سهم بنگاه‌های کوچک مقیاس و متوسط از ظرفیت فعال صنعتی در دهه اخیر کاهش پیدا کرده است و در مقابل سهم شرکت‌های بزرگ مقیاس از ظرفیت فعال افزایش یافته است.

این تغییرات نشانگر افزایش انحصار بنگاه‌های بزرگ و کاهش رقابت در صنایع غذایی منتخب است. با توجه به اعمال مجدد تحریم‌های بین‌المللی از سال ۱۳۹۶ و افزایش نرخ ارز و سایر هزینه‌های تولید، تاب‌آوری شرکت‌های کوچک و متوسط در شرایط موجود کاهش پیدا کرده است. شرکت‌های بزرگ در پنج سال اخیر با استفاده از امکان صادرات محصولات به کشورهای خارجی، از سایر بازیگران کوچک‌تر متمایز شده‌اند.

#### ظرفیت فعال صنایع غذایی منتخب به تفکیک مقیاس تولید (درصد)



• ظرفیت‌های فعال - وزارت صنعت، معدن و تجارت

## 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 به نحوی 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... به منظور 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 به صورت نقدی از شرکت‌های پخش اقدام کنند که به این ترتیب تسویه با شرکت‌های پخش مواد غذایی به صورت 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.



## شاخص سودآوری<sup>۱</sup>

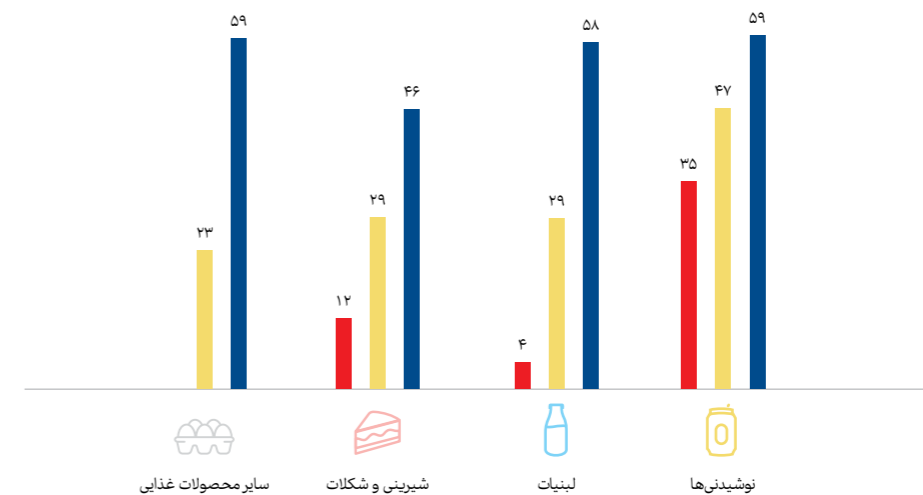
شرکت‌های تولیدکننده نوشیدنی بیشترین بازدهی و شرکت‌های تولیدکننده غذاهای آماده و چاشنی کم‌ترین بازدهی سرمایه را در سال ۱۴۰۱ تجربه کرده‌اند.



اختلاف بازدهی سرمایه در بین شرکت‌های بورسی فعال در صنایع «لبنیات» و «سایر محصولات غذایی» بسیار بالا است.

متوسط، حداقل و حداکثر نرخ بازدهی سرمایه شرکت‌های بورسی صنایع غذایی (درصد)

• حداکثر نرخ بازدهی دارایی‌ها • متوسط نرخ بازدهی دارایی‌ها • حداقل نرخ بازدهی دارایی‌ها



• سازمان بورس اوراق بهادار

۱. شاخص سودآوری برابر با نسبت سود ناخالص به ارزش دارایی‌های هر شرکت است.

#### ۴- تنخواه کارت

شما می‌توانید با دریافت محصول تنخواه‌کارت به تعداد موردنیاز، 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 صورت‌حساب کارت‌ها پنل اینترنتی (منوی سیگما در نت‌بانک سامان) در اختیار شما قرار می‌گیرد.



#### مزایای تنخواه‌کارت

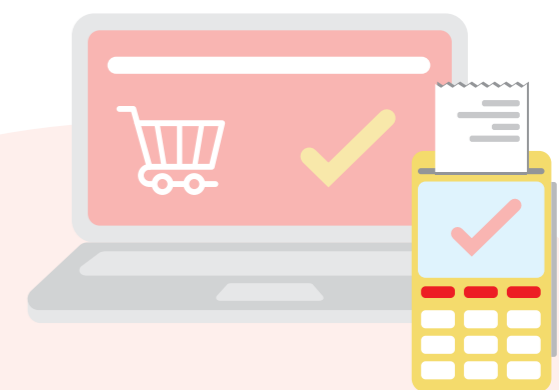
- ♦ شفافیت در عملیات تنخواه‌داری
- ♦ شارژ آسان تنخواه کارت‌ها
- ♦ پنل اینترنتی مدیریت کارت‌ها (منوی سیگما)
- ♦ عدم نیاز به استفاده از حساب‌های شخصی تنخواه‌داران
- ♦ دریافت صورت‌حساب

#### تنخواه‌کارت‌ها چه امکاناتی دارند؟

تنخواه‌کارت صرفاً از طریق «سپرده تنخواه» شارژ شده و دارنده کارت می‌تواند تا سقف شارژتعلق‌گرفته به آن مصرف انجام دهد. کارت‌های تنخواه به سپرده تنخواه متصل بوده و تا زمانی که دارندگان کارت اقدام به مصرف مبلغ شارژ‌شده 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 رم‌پویا

خرید از پایانه‌های فروشگاهی و سایت‌های خرید اینترنتی



#### خدمات شرکتی بانک سامان را چگونه درخواست 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.



## منابع

۱. اتاق بازرگانی، صنایع، معادن کشاورزی تهران، [www.tccim.ir](http://www.tccim.ir)

۲. بانک مرکزی ج.ا.ا، [www.cbi.ir](http://www.cbi.ir)

۳. مرکز آمار ایران، [www.amar.org.ir](http://www.amar.org.ir)

۴. وزارت صنعت، معدن و تجارت، [www.mimt.gov.ir](http://www.mimt.gov.ir)

5. [www.statista.com](http://www.statista.com)

6. [www.trademap.org](http://www.trademap.org)



# باشماه تیم

مرکز سامان ارتباط: ۰۲۱-۶۴۲۲

[www.sb24.ir/corporate](http://www.sb24.ir/corporate)