




انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران

بولتن خبری روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران

سه‌شنبه ۹ مهر ۱۳۹۸



 www.ir-dis.org

 IranianDairyIndustry



فهرست



- ۳ پیشنهادهای جدید برای توزیع شیر در مدارس
- ۴ امسال «شیر» در مدارس توزیع می شود
- ۵ بکار گیری بسته بندی های جدید
شرط بقاء برندهای قدیمی صنعت شیر
- ۶ چطور ستادی که فرق گاو نر و ماده را نمی داند
برای شیر و گاودار تصمیم می گیرد؟



بولتن خبری روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده های لبنی ایران



www.ir-dis.org



[IrainianDairyIndustry](https://www.instagram.com/IrainianDairyIndustry)



پیشنهادهای جدید برای توزیع شیر در مدارس

روزنامه حمایت

توزیع شیر در مدارس کشور که سابقه ۱۸ساله را در کارنامه خود دارد، در طول سال‌های گذشته با چالش‌های بودجه‌ای مواجه بوده تا به آنجا که اجرای آن در دو سال گذشته به‌طور کامل متوقف شده است، اکنون اما مسئولان وزارت آموزش و پرورش از ایده‌های جدید برای توزیع این محصول لبنی در مدارس سخن می‌گویند.

اگرچه تاریخچه توزیع رایگان شیر در مدارس کشور به شکل سراسری، به دهه ۸۰ بازمی‌گردد اما باید گفت برای نخستین بار و در قالب آزمایشی این طرح در سال ۷۹ و با پوشش ۴۲۰ هزار دانش آموز اجرایی شد. ایده‌ای که طبق اظهارات کارشناسان هدف از آن جلوگیری از شیوع بیماری پوکی استخوان و کاهش سوءتغذیه به‌ویژه در مناطق محروم و کم‌برخوردار بود که البته طبق آیین نامه اجرایی دبیرخانه کمیته ملی برنامه شیر مدرسه که در راستای اجرای مصوبه شهریورماه سال ۸۶ شورای اقتصاد تدوین شده بود، جامعه هدف این طرح شامل تمام دانش‌آموزان دختر و پسر دوره‌های پیش‌دبستانی، ابتدایی، راهنمایی و متوسطه شبانه‌روزی دولتی، مراکز شبانه‌روزی کودکان بی‌سرپرست تحت پوشش بهزیستی می‌شد، ضمن اینکه کارکنان شاغل در واحدهای آموزشی را نیز در بر می‌گرفت.

این در حالی بود که در طول سال‌های اجرایی شدن طرح مذکور وزارت آموزش و پرورش همواره از مشکلات خود برای تامین بودجه اجرایی شدن طرح موردنظر سخن می‌گفت. به‌طورنمونه اسفند ماه سال ۹۴منصور مجاوری مشاور وقت معاون توسعه مدیریت و پشتیبانی آموزش و پرورش اظهار کرد که با وجود پیگیری‌های فراوان و مکاتبات متعدد از زمان شروع توزیع شیر در مدارس و قول مساعد مسئولان سازمان مدیریت تا آن زمان اعتباری از محل هدفمندی یارانه‌ها برای توزیع شیر در مدارس اختصاص نیافته است. این درحالی بود که در آن سال اعتباری معادل ۴۰۰ میلیارد تومان از محل هدفمندی‌سازی یارانه‌ها برای توزیع شیر در مدارس کشور توسط دولت پیش‌بینی شده بود، با این وجود اما سرانجام چالش‌های بودجه‌ای و تامین نشدن اعتبارات مورد نیاز موجب شد تا در سال ۹۴ به دلایل مختلف توزیع شیر در مدارس به شکل سراسری متوقف و در سال ۹۶ هم توزیع شیر به‌طور کامل منتفی شود.

هر چند که در این میان مسئولان بزرگ‌ترین نهاد آموزشی کشور از تلاش برای تامین بودجه مورد نیاز در این زمینه سخن گفتند، اما در سال ۹۷ باز هم رضا باکری دبیر انجمن صنایع لبنی اعلام کرد که با گذشت یک ماه از آغاز سال تحصیلی، تاکنون اعتبارات در این زمینه تامین نشده و اگر بودجه در نظر گرفته شده به وزارت آموزش و پرورش اختصاص نیابد، موضوع توزیع شیر همانند سال قبل منتفی می‌شود. ان هم در شرایطی که در آن زمان سازمان برنامه و بودجه در نامه‌ای به وزارت آموزش و پرورش اعلام کرده بود که برای سال تحصیلی ۹۷-۹۸، ۱۸۰ میلیارد تومان اعتبار برای توزیع شیر در مدارس در نظر گرفته شده است، اعتباری که البته با توجه به افزایش قیمت شیر خام، تنها پاسخگوی توزیع ۲۰ نوبت توزیع شیر در کل مدارس کشور بود. آن هم در شرایطی که طبق طرح مذکور مقرر شده بود تا بین دانش‌آموزان سراسر کشور ۷۰ نوبت شیر در هر سال تحصیلی توزیع شود، با این وجود همانطور که پیش‌تر گفته شد اعتبارات مورد نیاز در این خصوص در طول سال‌های گذشته همواره کمتر از میزان مورد نیاز بود تا به آنجا که در نهایت در دو سال گذشته اجرای این طرح منتفی شد.

این مشکل البته در سال جاری نیز ادامه یافت، زیرا که طبق اظهارات متولیان امر در این زمینه اگرچه برای شیر مدارس در قانون بودجه ردیف مشخص شده، اما بودجه مذکور هنوز به وزارت آموزش و پرورش ابلاغ نشده است. با این وجود اما اکنون علی‌الهیاریار ترکمن، معاون برنامه‌ریزی و توسعه منابع وزارت آموزش و پرورش از اجرای طرح توزیع شیر در مدارس در سال تحصیلی جاری خبر داده است، با این توضیح که در صورتی که بودجه مورد نیاز برای مدارس سراسر کشور



تامین نشود، ستاد تنظیم بازار در این زمینه پیشنهادی دارد تا در هشت استان محروم کشور، این طرح اجرایی شود. البته پیش از این نیز حسن مدرس خیابانی، قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت در این زمینه اظهار کرده بود که توزیع شیر، برای مدارس صرفاً دولتی و مهدهای کودک است که از مهرماه سال جاری پس از دو سال وقفه اجرایی خواهد شد. دیگر اینکه شیر رایگان در مدارس ۱۰ استان کمتر برخوردار کشور، از اول مهر توزیع خواهد شد. این در حالی است که البته طبق طرح اولیه در این زمینه فرقی بین دانش‌آموزان محصل در مدارس روزانه، شبانه روزی، دولتی و غیردولتی وجود نداشت و بنابراین اکنون به نظر می‌رسد الزامت بودجه‌ای در تعریف آن تعقیباتی اعمال کرده است.

به هر حال بعد از گذشت حدود ۱۸ سال از اجرایی شدن طرح توزیع شیر رایگان در مدارس که البته با وقفه‌هایی نیز مواجه بوده است، اکنون نیز قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت از پیشنهاد دیگری نیز سخن گفته است که برای اجرای طرح توزیع شیر رایگان مدارس را به رییس جمهور ارائه شده که البته اجرای آن به استان‌های کمتر برخوردار محدود شده است. اما اینکه سرانجام توزیع شیر در مدارس به کجا خواهد رسید، آیا قانونی که حدود دو دهه قبل برای کمک به رشد و سلامت دانش‌آموزان تدوین شده دوباره به شکل سراسری اجرایی خواهد شد یا به دلایلی مانند نبود اعتبار تنها به استان‌های محروم اختصاص خواهد یافت، یا حتی به‌طور کامل منتفی خواهد شد؟ بحثی است که حداقل درباره آن باید گفت با توجه به اینکه مقوله سلامت در سنین کودکی و نوجوانی اهمیت به‌سزایی دارد و مانع از بسیاری مشکلات در سال‌های بزرگسالی خواهد شد، بهتر است فکری اساسی برای تامین بودجه مورد نیاز در این خصوص شود پیش از اینکه نظام سلامت ملزم به تخصیص اعتبارات بیشتری برای درمان افرادی شود که به دلیل بی‌توجهی به چنین طرح‌هایی دچار مشکلات سلامتی شده‌اند.

امسال «شیر» در مدارس توزیع می‌شود

فارس 

معاون برنامه ریزی و توسعه منابع وزارت آموزش و پرورش از اجرای طرح توزیع «شیر» در مدارس در سال تحصیلی جاری خبر داد.

علی الهیار ترکمن معاون برنامه ریزی و توسعه منابع وزارت آموزش و پرورش در گفت و گو با خبرنگار آموزش و پرورش خبرگزاری فارس درباره امکان توزیع شیر در مدارس، اظهار کرد: شیر مدارس با وجود آنکه در قانون بودجه ردیف دارد ولی هنوز به ما ابلاغ نشده است. وی ادامه داد: ستاد تنظیم بازار، پیشنهادی دارد که اگر انجام نگیرد برای ۸ استان محروم کشور، شیر اختصاص دهند و خودشان حمایت کنند و توزیع کنیم.

الهیار ترکمن تصریح کرد: ان شاءالله امسال بحث شیر را خواهیم داشت یا از طریق شکل مرسوم قدیم یا همان شیوه که ستاد تنظیم بازار پیشنهاد داده است. وی پاسخ به این پرسش که «آیا معوقات شیر سال‌های گذشته به آموزش و پرورش پرداخت می‌شود؟»، گفت: شیر مدارس در سال‌های ۹۶ و ۹۷ اجرا نشد و اینگونه نیست که معوقات داشته باشد.

معاون برنامه ریزی و توسعه منابع وزیر آموزش و پرورش گفت: سعی می‌کنیم این طرح را سراسری اجرا کنیم ولی اگر نشد، پیشنهاد ستاد تنظیم بازار را برای ۸ استان را خواهیم داشت.



بکار گیری بسته بندی های جدید شرط بقاء برندهای قدیمی صنعت شیر

تیترا ۲۰ 

محصولات لبنی سهم عمده ای از سبد خانوار و سفره مردم جهان از جمله ایرانی ها را تشکیل می دهند. میزان مصرف انواع محصولات لبنی در نقاط مختلف جهان در حال افزایش است و هر کدام از شرکت های تولید کننده سعی دارند با ترفندها و اتخاذ استراتژی های مختلف و نوین سهم بیشتری از بازار را به خود اختصاص دهند. مصرف مواد لبنی به دلیل مشکلات مختلف در ایران کاهش یافته است. در بررسی ابتدایی از مشکلات این حوزه، «تحریم» شاید تاثیر گذارتر از عوامل دیگر باشد اما نمی توان از دیگر پارامترهای موثر در این زمینه غافل شد.

بی توجهی تولیدکنندگان این محصولات به تنوع بخشی محصولات و ارائه انواع محصولات در قالب و مزه های جدید، نبود بسته بندی های شکیل و زیبا در بازارهای داخلی و خارجی، نداشتن استراتژی و برنامه ریزی دقیق برخی از تولیدکنندگان و در انتها شاید نداشتن انگیزه در برخی از شرکت ها که با در اختیار داشتن سهام دولتی جایگاه خود را در بازار تضمین شده می دانند، باعث شده است که روند رو به جلو صنایع لبنی کند باشد. طبق آمارهای بانک مرکزی و مرکز آمار ایران، چند برند قدیمی بیشترین مصرف انواع محصولات لبنی را در بین مردم دارا هستند که می توان به شرکت های کاله و پگاه اشاره کرد که به ترتیب در سالهای ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ بیشترین مصرف سرانه لبنیات را به خود اختصاص داده اند.

همچنین بر اساس اپلیکیشن نظرسنجی بازار در سال ۱۳۹۵ باز هم این دو شرکت در راس مصرف محصولات لبنی قرار دارند. اما آنچه که قابل توجه است حضور شرکت های تولید کننده محصولات لبنی دیگر مانند میهن، شیرین عسل، رامک، عالیس و... در کنار برندهای قدیمی است که نشان از تنوع بخشی و حضور نام های دیگر در این صنعت است که با نگاهی جدی به شاخص های نوین بازار در عرصه بین المللی و پارامترهای رشد و پیشرفت مانند تنوع بخشی به محصولات، ارائه محصولات در بسته بندی های شکیل و زیبا صورت گرفته است.

چیزی که شاید تلنگری برای برندهای قدیمی در این صنعت باشد و بدیهی است در برنامه ریزی و اعلام استراتژی شرکت هایی چون پگاه باید لحاظ شود تا به دور از حاشیه ها حضور خود را قدرتمندانه در بازار داخلی و همچنین در بازارهای صادراتی استمرار بخشد. امتیاز داشتن سهم ذهنی برندهای قدیمی و خاطره انگیز مانند پگاه، کاله و... در بین مردم نقطه قوتی است که حضور و بقاء آنها را تسهیل می کند اما باید منتظر بمانیم تا ببینیم مدیران این شرکت ها به ویژه مدیر جدید شرکت پگاه پس از ایجاد حاشیه برای مدیر قبلی و این شرکت، چه برنامه هایی را اتخاذ می کنند تا علاوه بر ارتقاء کیفی محصولات، توسعه کمی در سبد خانوارهای ایرانی در کنار محصولات جدید را نیز داشته باشد. توسعه سبد محصولات لبنی، شناخت ذائقه مخاطب، تولید محصولات جدید و از همه مهمتر ارائه بسته بندی های جدید و زیبا می تواند به بقاء هر تولید کننده قدیمی کمک کند یا به حضور نام های تجاری جدید و گرفتن سهم دیگری از بازار ختم شود.

بر اساس تحقیقات صورت گرفته، مصرف مشتریان محصولات لبنی برای مصارف روزانه کمتر از ۲۲ درصد، متمرکز بر روی بسته بندی های کوچک است و بیشتر بر مصرف هفتگی این محصولات در بسته بندی های نسبتاً بزرگ تر متمایل هستند. البته نباید از این امر غافل شد که خانوارهای ایرانی برای مصرف فرزندان خود به ویژه در فصل مدارس سعی در استفاده از محصولات لبنی، مخصوصاً شیر در بسته بندی های جذاب و کوچک دارند تا مصرف سرانه این محصول را در بین فرزندان خود که در سن رشد قرار دارند بالا ببرند. عاملی که غالب تولیدکنندگان در تولید محصولات خود در نظر می گیرند. اما حضور در بازارهای خارجی مقوله ای است که نیاز به اخذ استانداردهای بین المللی کیفی محصولات و همچنین بسته بندی های زیبا و متناسب با ذائقه مشتریان خارجی دارد. فراموش نکردن اصل رقابت با توجه به شاخص های؛ به روز کردن تجهیزات این صنعت، به کارگیری کارشناسان و انجام تحقیقات میدانی جهت شناسایی ذائقه مردم شاید بتواند بهانه افزایش قیمت محصولات لبنی را به بهانه افزایش هزینه های تولید کاهش دهد و یا حداقل ثبات بخشد.

هر چند صنایع لبنی در حال حاضر با کمترین ظرفیت بهره وری در حال فعالیت هستند اما مسلماً صنایع لبنی در بازاری رقابتی می توانند ادامه حیات دهند و حتی به توسعه بازارهای صادراتی بیندیشند.



چطور ستادی که فرق گاو نر و ماده را نمی‌داند برای شیر و گاودار تصمیم می‌گیرد؟



احمد مقدسی رئیس هیئت مدیره انجمن صنفی گاوداران در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، اظهار کرد: با وجود این که حدود ۱/۵ ماه از انتقال مسئولیت تنظیم بازار نهادهای دام و طیور از وزارت جهاد کشاورزی به وزارت صنعت، معدن و تجارت می‌گذرد، اما مشکلات تنظیم بازار خود را در این مدت کوتاه نشان داده است.

وی افزود: وزارت جهاد کشاورزی قبل از آن که مسئولیت خود را به وزارت صنعت، معدن و تجارت تحویل دهد خوراک دام و طیور مورد نیاز صنایع مرغداری و دامداری کشور را تا آخر سال تامین کرده بود تا به خاطر تحریم‌ها مشکلی پیش نیاید، اما با این وجود وزارت جهاد کشاورزی مظلوم واقع شده و مسئولیت‌های تنظیم بازار از این وزارتخانه پس گرفته شد.

مقدسی با تاکید بر این که وزارت جهاد کشاورزی کار بزرگی برای تنظیم بازار نهادهای کشاورزی انجام داده است، گفت: ستاد تنظیم بازار وزارت صنعت، معدن و تجارت به صورت دستوری برای همه کالاهای و بازارها می‌خواهد قیمت‌گذاری کند این در حالی است که این مسئولیت باید به خود وزارتخانه تخصصی واگذار شود.

وی اظهار داشت: وزارت صنعت و ستاد تنظیم بازار در حالی که نمی‌توانند گاو نر را از گاو ماده تشخیص دهند و فرق جو و گندم را نمی‌دانند، برای قیمت آنها تصمیم‌گیری می‌کنند.

رئیس هیئت مدیره انجمن صنفی گاوداران، اظهار داشت: تولید در بخش‌های مختلف حداقل باید به شکلی سود ده باشد که تولید کننده سود بیشتری از بهره بانکی به دست‌آورد اما در کشور ما سوددهی تولید از بهره بانکی کمتر است و همین امر منجر می‌شود که تولید کنندگان دست از کار بکشند و سرمایه‌های خود را به بانک‌ها یا واسطه‌گری ببرند.

وی گفت: تصمیم‌گیری‌های تخصصی ستاد تنظیم بازار ممکن است تولید مملکت را نابود کند و لازم است که شخص رئیس جمهور در این زمینه دخالت کرده و امور تنظیم بازار را به خود وزارتخانه‌های تخصصی محول کند.

مقدسی تاکید کرد: از اعضای ستاد تنظیم بازار وزارت کشور و وزارت صنعت و غیره هستند و این وزارتخانه‌های غیر تخصصی برای کالای تخصصی مانند شیر خام تصمیم‌گیری می‌کنند.

رئیس هیئت مدیره انجمن صنفی گاوداران، اظهار داشت: در شرایط فعلی ۱۱ میلیون تن شیر خام در کشور تولید می‌شود که این امر منجر شده است که نه تنها نیاز ۸۰ میلیون نفر جمعیت را تامین کنیم بلکه ۱۰ درصد آن را نیز به خارج از کشور صادر می‌کنیم، به طوری که میزان صادرات صنایع لبنی در سال جاری به یک میلیارد دلار برآورد می‌شود که درآمدزایی مناسبی برای کشور خواهد بود. وی افزود: تصمیم‌گیری‌های نسنجیده ستاد تنظیم بازار باعث می‌شود که در بازار محصولات مختلف از جمله نهادهای دام و طیور بازار سیاه ایجاد شود و حتی یک محصول به موقع به کشور وارد نشده و به دست مصرف کننده نرسد.

مقدسی بیان کرد: ستاد تنظیم بازار کشور در ۴۰ سال اخیر کارنامه‌ای موفق نداشته است و در مواقعی نیز که قیمت‌ها در بازار شکل مناسبی داشته این امر به خاطر عملکرد این ستاد نبوده بلکه بازار خود اقدام به تنظیم قیمت‌ها کرده است، زیرا اقتصاد مانند آب روان است و راه خودش را پیدا می‌کند و نمی‌شود به زور یا دستوری آن را کنترل کرد.

رئیس هیئت مدیره انجمن صنفی گاوداران، خاطر نشان کرد: بهتر است دولت به جای اختصاص نهادهای یارانه‌ای به بخش تولید این یارانه را به طور مستقیم و یا از طریق کالابریگ به مردم اختصاص دهد، تا تولید رقابتی و بهره‌ور در کشور ایجاد شود.

وی ادامه داد: مشکلات تنظیم بازار نهادهای دام و طیور حتماً منجر به آن می‌شود که قیمت شیر خام نیز تغییر کند و در صورتی که حتی یک هفته واردات سویا به کشور دیر انجام شود قیمت آنها در بازار افزایش می‌یابد و بنا بر این این فعالیت تخصصی است که باید در وزارت کشاورزی انجام و برای تنظیم بازار برای آن اقدام شود.

مقدسی اظهار کرد: قیمت فعلی هر کیلوگرم شیر خام ۲۳۹۰ تومان درب دامداری می‌باشد که ۱۵۰ تومان نیز به آن کرایه حمل می‌خورد و قیمت نهایی آن ۲۵۴۰ تومان است.