

تشکل‌ها

[این صفحه‌ها به مرور فعالیت‌های تشکل‌های کشور می‌پردازد.]



تشکلی فقرزدا

انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران را بهتر بشناسید

سمت نهادهای سیاست‌گذار، اشتراک مساعی و همکاری و خدماتی را تعریف و اجرایی کند.

انجمن لبنی از حیث عضویت از سنگینی قابل توجهی برخوردار است. همان‌طور که اشاره شد بیش از ۸۵ درصد بازار صنعت لبنیات در اختیار اعضای انجمن است. ترکیب اعضای انجمن نیز از حیث محصولات لبنی جامعیت مناسبی دارد و همه تولیدکنندگان اقسام مختلف محصولات لبنی در این انجمن حضور و در هیئت مدیره انجمن کرسی دارند.

انجمن لبنی تلاش کرده برای اعضای خود خدماتی را تعریف و ارائه کند. به طور مثال از اهم برنامه‌های انجمن در سال جاری ارائه خدمات آموزشی به اعضا، حسب نیازهای صنعت و مدیران بنگاه‌هاست و از روزهای پایانی سال گذشته نیز با توجه به نیاز اعضا به مواد ضدعفونی‌کننده به دلیل شیوع ویروس کرونا، انجمن از طریق تعاونی خود تلاش کرده تا نیازهای اعضا را در تامین مواد ضدعفونی‌کننده

اگرچه پیش از این، برخی تشکل‌های بزرگ و کوچک برای نمایندگی صنعت لبنیات تشکیل شده بود، اما این تشکیل انجمن صنایع فرآورده‌های لب نی ایران در خرداد ماه سال ۷۵ بود که به این مهم عینیت بخشید. انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران که ما در این گزارش به اختصار از آن به نام انجمن لبنی یاد خواهیم کرد، امروز قریب به ۶۰ عضو دارد که سهم عمده بازار (۸۵ درصد) لبنیات ایران را در اختیار دارد و پُرزن‌ترین تشکل صنعت لبنیات است.

همان‌طور که می‌دانید یک سازمان نمایندگی بخش خصوصی از یک طرف نماینده اعضا است و از سوی دیگر از طرف دولت و نهادهای سیاست‌گذار وظایف تنظیم‌گری را در صنعت خود انجام می‌دهد. انجمن لبنی نیز در طول ۲۴ سالگی که از زمان تاسیس آن می‌گذرد تلاش کرده است که هم در سمت اعضا و هم در

بمانجان ندیمی

دبیر بخش تشکل‌ها

تامین کند.

یکی از مهم‌ترین حوزه‌هایی که انجمن لبنی در حوزه روابط با دولت پیش برده و موفقیت خوبی حاصل کرده در تامین سسید حمایتی خانوار است. در سال‌های نخست تشکیل دولت یازدهم انجمن لبنی هماهنگ‌کننده اصلی کارخانه‌های لبنی سراسر کشور برای تامین اقلام لبنی سید حمایتی خانوار بود و این نقش را کماکان در هر زمان که دولت نیاز به توزیع اقلام لبنی داشته حفظ کرده است.

یکی دیگر از اقدامات انجمن صنایع لبنی در سال گذشته برگزاری نخستین همایش صنعت لبنیات با عنوان «صنعت پیشرو، سلامت‌محور و فقرزدا» بود. همایشی که برای اولین بار کلیه ذی‌نفعان این صنعت را زیر یک سقف گرد آورد و کوشید با محتوای ارائه شده در این همایش مهم‌ترین موضوعات و مسائل صنعت را که در موضوع قیمت‌گذاری و کاهش سرانه مصرف لبنیات خلاصه می‌شود با ذی‌نفعان درون صنعتی و ذینفعان دولتی به بحث و گفت‌وگو بگذارد.

انجمن لبنی در همه سال‌های گذشته تلاش کرده است تا تسهیل‌کننده رابطه اعضای خود با دولت و نهادهای سیاست‌گذار باشد و اصلی‌ترین موضوعی که در همه این سال‌ها در دستور کار انجمن لبنی در ارتباط با دولت بوده، مسئله دخالت دولت در قیمت‌گذاری محصولات لبنی بوده است. در مقطع سال‌های ۷۶ تا ۸۴ انجمن توانست موفقیت مهمی در این موضوع کسب کند و قیمت‌گذاری محصولات لبنی را بر عهده بگیرد. کارنامه انجمن نشان می‌دهد که در همه سال‌های مورد اشاره میانگین افزایش قیمت محصولات لبنی حدود ۹ درصد بوده و همواره کمتر از نرخ تورم اعلامی دولت در آن سال‌ها بوده است. با این‌همه از سال ۸۴ و با طرح تثبیت قیمت‌ها دولت دوباره راسا وارد موضوع قیمت‌گذاری شد و این مسئله تا به امروز مهم‌ترین مسئله صنعت لبنیات از یک سو و از سوی دیگر مهم‌ترین دستور عمل انجمن لبنی به عنوان نماینده کارخانه‌های اصلی تولید لبنیات کشور بوده است. خوشبختانه تبعات قیمت‌گذاری دستوری برای نهادهای مداخله‌گر آشکار شده و انجمن در تلاش است تا با رایزنی‌هایی که در سال‌های اخیر تشدید شده، در سال پیش رو گام‌های موثری برای حل این مشکل که گریبان‌گیر توسعه صنعت لبنیات شده، بردارد.

در ذیل به بخشی از اقدامات انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی در سال‌های گذشته و نیز برنامه‌های در دست اقدام آن اشاره می‌شود:

- ▶ هماهنگی و همکاری با تشکل‌های ذی‌نفع در صنعت همچون تشکل‌های دامداری برای افزایش سرانه مصرف و تهیه برنامه جامع در ارتباط با فرهنگ‌سازی سرانه مصرف
- ▶ تشکیل کمیته فنی به عنوان رکن تخصصی انجمن به عنوان مرجع اصلی در موضوعات تخصصی و فنی صنعت و محل رجوع اعضا در این دست موضوعات
- ▶ مشارکت با وزارت بهداشت از طریق کمیته فنی برای تهیه دستورالعمل‌های مرتبط با صنعت لبنیات و ابلاغ آن به کارخانه‌ها
- ▶ مشارکت در طرح بهبود کیفیت شیر خام و نظارت مستمر بر آن در هماهنگی با سازمان دام‌پزشکی کشور
- ▶ طراحی طرح نظارت بر محصولات سنتی عرضه‌شده در واحدهای صنفی با هدف سنجش سلامت این محصولات
- ▶ تلاش برای تاسیس «خانه شیر ایران» به عنوان تنها مرجع سیاست‌گذاری زنجیره شیر کشور
- ▶ تلاش برای تغییر و اصلاح ساختار سنتی عرضه کالاهای لبنی به نظام الکترونیک یکپارچه
- ▶ تلاش برای تغییر نظام قیمت‌گذاری کاست پلاست فعلی به نظام عرضه و تقاضا
- ▶ سرمایه‌گذاری بر روی فرهنگ‌سازی مصرف شیر با هدف کمی ۱۶۵ کیلوگرم در سال
- ▶ توسعه صادرات محصولات لبنی تا سقف ۴۰ درصد محصولات صنعت غذایی کشور
- ▶ رشد ارزش شیر خام و فرآورده‌های لبنی از طریق توسعه تولید تا سقف ۵ درصد جی‌دی‌پی کشور. ■

گزارشی درباره تاریخچه و عملکرد انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران

راه طی شده صنعت شیر

دهه ۲۰ شمسی از نیمه گذشته بود که اولین کارگاه تولید صنعتی شیر در خیابان فردوسی تهران آغاز به کار کرد و امروز صنعت لبنیات ایران را می‌توان در قامت صنعتی هفتاد و چند ساله دید. صنعتی که تا پیش از انقلاب در قالب سه شرکت بزرگ با چند کارخانه در سراسر کشور شکل گرفته بود امروز شامل بیش از ۴۵۰ کارخانه بزرگ و کوچک فعال است و برخلاف بسیاری از صنایع کشور تجربه موفق در «خصوصی‌سازی» را پشت سر نهاده و می‌توان به جرئت اظهار کرد که امروز بیش از ۸۵ درصد صنعت لبنیات ایران با سرمایه‌گذاری و مدیریت بخش خصوصی شکل گرفته و در زنجیره آن، از نهادهای دامی تا پخش و توزیع بیش از ۲ میلیون نفر در حال فعالیت هستند.

حضور پررنگ بخش خصوصی در صنعت لبنیات و موفقیت سرمایه‌گذاران در این حوزه باعث شده تا کشور ما که پیش از انقلاب واردکننده حجم قابل توجهی از محصولات لبنی بود، امروز نه تنها از واردات این دست محصولات بی‌نیاز شده بلکه حجم قابل توجهی از صادرات محصولات لبنی را در منطقه به خود اختصاص داده است و در عین حال برندهای ایرانی توانسته‌اند اعتبار قابل توجهی در میان برندهای معتبر و شناخته شده صنعت لبنیات جهان کسب کنند.

صنعت لبنیات ایران علاوه بر اینکه صنعتی رقابتی و با تنوع محصول بسیار و گسترده و وسیع حق انتخاب برای مشتری است، صنعتی است که با سلامت جامعه در ارتباط است و این شاید مهم‌ترین ویژگی این صنعت است که آن را از دیگر صنایع کشور متمایز می‌کند. حسب نظر متخصصان تغذیه افزایش «سرانه مصرف» و «فرهنگ‌سازی مصرف شیر و لبنیات» در خانوارهای ایرانی ضامن سلامت جامعه و پیشگیری از بیماری‌هایی از جمله پوکی استخوان است و سرمایه‌گذاری سیاست‌گذاران سلامت تغذیه در افزایش سرانه مصرف منجر به کاهش هزینه‌های درمان در بودجه کشور خواهد بود.

جای اشاره به این موضوع باقی است که صنعت لبنیات در سال گذشته قریب به ۷۵۰ میلیون دلار ارزآوری صادراتی داشته است ولی آنچه مسیر صادرات این صنعت را دچار چالش کرده است حجم، گستره و میزان دخالت‌های نامناسب دولت در راهبری صنعت است. از جمله ناهمواری‌های ناشی از سیاست‌گذاری‌های دولت می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. دخالت در قیمت‌گذاری
۲. دخالت در واردات مواد اولیه از جمله ممنوعیت‌های وارداتی، ارز سوبسیدی، عوارض‌های بی‌مورد و...
۳. موانع صادراتی از جمله ممنوعیت صادرات برخی اقلام لبنی، تعرفه‌گذاری نامتوازن و...

شاید یکی از تلخ‌ترین و ناکارآمدترین و در عین حال بلاموضوع‌ترین دخالت‌های دهه‌های اخیر در بازار با دخالت دولت در قیمت‌گذاری صنایع لبنی رخ داده است.

رضا باکری

دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران

انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی علاوه بر اینکه امتیاز برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی صنعت لبنیات را از سازمان توسعه تجارت کسب کرده و نخستین «نمایشگاه بین‌المللی لبنیات و صنایع وابسته» را در سال ۹۵ برگزار کرد، در بهمن ماه سال ۹۸ نیز «نخستین همایش صنعت لبنیات ایران» را نیز با حضور همه ذی‌نفعان صنعت و مقامات ارشد دولتی و روسای اتاق بازرگانی برگزار کرد.

به بحث درباره مسائل صنعت و راه‌های برون‌رفت از آن پرداختند. از مهم‌ترین اهداف این همایش توسعه رابطه انجمن با نهادها و مسئولان دولتی و انتقال دیدگاه‌های انجمن و تولیدکنندگان صنعت در موضوعاتی چون «دخالت دولت در قیمت‌گذاری» و «هشدار نسبت به کاهش سرانه مصرف شیر و فرآورده‌های لبنی» به آنها بود. «تامین کالاهای لبنی سبید خانوار از طریق اعضای انجمن»، «طرح ارزیابی محصولات سنتی احدهای صنفی» و «قیمت‌گذاری محصولات لبنی طی سال‌های ۷۶ تا ۸۴» بخشی از عملکرد انجمن در سال‌های گذشته است که در حیطه وظایف «تنظیم‌گری» انجمن به عنوان یک سازمان نمایندگی کارفرمایی قابل ارزیابی است.

یک انتظار تشکلی از اتاق بازرگانی

نکته ای که شایسته توجه است و به نظر می‌رسد اتاق بازرگانی به عنوان یک تشکلی اقتصادی بالادستی با ابعاد ملی می‌تواند حل آن را در دستور کار خود قرار دهد، وجود تشکلی‌های موازی در صنایع مختلف و از جمله صنعت لبنیات است. همان‌طور که می‌دانید تشکلی‌های کارفرمایی به عنوان سازمان‌های نمایندگی بخش خصوصی شناخته می‌شوند و مأموریت آنها حل مسائل صنعت و پیگیری منافع مشترک اعضا در نهادهای سیاست‌گذار کشور است. تحقق این مأموریت اگرچه تا حد زیادی وابسته به ظرفیت‌های درونی تشکلی‌های اقتصادی و فهم درست آنها از رویکردهای حل مسئله است اما بخشی از این مهم خارج از توانایی‌های تشکلی‌هاست و نیازمند اصلاح سیاست‌ها و قوانینی است که همت اتاق بازرگانی، صنایع و معادن را می‌طلبد.

اتاق بازرگانی طی سال‌های اخیر علاوه بر ارزیابی تشکلی‌های اقتصادی عضو خود، برنامه‌های آموزشی خوبی را برای تشکلی‌ها تمهید دیده که شایسته تقدیر است و تقویت‌کننده ظرفیت‌های درونی تشکلی‌ها و نیز اصلاح‌کننده ذهنیت رهبران آنها درباره کارکردهای تشکلی است. اما آنچه هم‌اکنون کارآمدی و تاثیرگذاری تشکلی‌های کارفرمایی را تحت تاثیر قرار داده، وجود تشکلی‌های اقتصادی است که صرفاً نامی از آنها در صنایع مختلف وجود دارد و بیش از اینکه کمکی به حل مشکلات صنعت کنند، ابزاری برای مداخله دولت‌ها در صنعت و شکستن اجماع و همکاری‌های درون صنعتی هستند. نه‌تنها صنعت لبنیات با این مشکل مواجه است بلکه سایر تشکلی‌های کارفرمایی در دیگر صنایع نیز با این مشکل مواجه هستند.

اگرچه روند صدور مجوز فعالیت تشکلی‌های اقتصادی در اتاق‌های بازرگانی اصلاح شده و تشکلی تشکلی‌های موازی به‌سختی ممکن است اما در سایر نهادها مانند وزارت کار یا اتاق تعاون ... توجه به سیاست عدم تشکلی تشکلی‌های موازی بسیار کم‌رنگ است. این مشکل وقتی سخت‌تر می‌شود که بدانیم نظارتی نیز بر روی تشکلی‌ها بعد از تشکلی انجام نمی‌شود. به این معنی که برخی تشکلی‌ها علی‌رغم اینکه سال‌هاست تشکلی شده‌اند اما تنها اسمی بر روی کاغذ هستند بدون اینکه خدماتی به اعضای خود ارائه کنند یا ظرفیتی برای انجام وظایف تنظیم‌گری داشته باشند. این دست تشکلی‌ها علاوه بر اینکه ابزاری برای شکستن اجماع و اخلاق در همکاری‌های درون صنعتی هستند گاهی تبدیل به ابزاری برای توزیع رانت نیز می‌شوند. این دست تشکلی‌ها گاهی حتی خالی از اعضا هم هستند به این معنی که تشکلی مدعی عضویت ۴۰۰ واحد تولیدی است اما در حقیقت این عدد متعلق به سال‌های دور بوده و هم‌اکنون عموم واحدهای عضو تشکلی تعطیل و غیرفعال‌اند. فارغ از مصداق‌هایی که برای این موضوع وجود دارد، انتظاری که از اتاق بازرگانی می‌رود آن است که نهایت تلاش خود را برای اصلاح قانون بهبود مستمر فضای کسب‌وکار بخصوص در ماده ۵ این قانون که مرتبط با فعالیت‌های تشکلی‌های کارفرمایی است انجام دهد و با متمرکز کردن اختیار صدور مجوز تشکلی تشکلی‌های کارفرمایی، فرآیندی را برای ارزیابی مستمر تشکلی‌ها با همکاری سایر نهادهای ذی‌نفع ترتیب دهد تا شاهد فعالیت تشکلی‌هایی نباشیم که تنها بر روی کاغذ وجود دارند و ابزاری برای سوءاستفاده‌های مالی و دخالت در همکاری‌های درون صنعتی هستند. ■

صنعتی با پتانسیل‌های بالا در کارآفرینی و اشتغال‌زایی، فقرزدایی و ارزآوری، با تصمیمات و سیاست‌های عوامانه بهترین فرصت‌های توسعه خود را از دست داده است.

خلاصه‌ای از عملکرد ۲۴ ساله

برای معرفی انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران لازم بود تا به مقدمه فوق اشاره شود تا بخشی از اهمیت راه و مسیری که در صنعت لبنیات ایران طی شده برای مخاطبان ترسیم شده باشد و بدانند که وقتی از صنعت لبنیات سخن می‌گوییم از چه صنعتی و با چه دستاوردهایی سخن گفته می‌شود.

هرچند پیش از تشکلی «انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی»، موسسان این انجمن تلاش‌هایی برای شکل‌دهی به تشکلی کارفرمایی با هدف همکاری‌های مشترک میان کارخانه‌های صنعتی لبنی انجام داده بودند اما با تشکلی «انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی» در خردادماه سال ۷۵ بود که به این تلاش‌ها عینیت داده شد و از آن سال تاکنون این انجمن توانسته منشأ بسیاری از خدمات مهم به صنعت لبنیات ایران باشد.

انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی تلاش کرده تا نماینده واحدهای تولید صنعتی شیر ایران باشد و داده‌های آماری حکایت از آن دارد که این مهم در طی ۲۴ سالی که از تاسیس این انجمن می‌گذرد محقق شده است. توضیح اینکه از میان ۷ و نیم میلیون تن شیر خامی که سالانه جذب واحدهای صنعتی شیر و فرآورده‌های لبنی می‌شود، سهم ۶۰ عضو انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی قریب به ۶ میلیون تن است و این بدان معنی است که اعضای انجمن، بیش از ۸۵ درصد بازار لبنیات ایران را در اختیار خود دارند.

انجمن در طی دو دهه گذشته علاوه بر تلاش برای تحقق منافع مشترک اعضا خود، به طور مستمر در تکاپو بوده است تا روابط میان اعضا با سایر بخش‌های زنجیره شیر به خصوص دامداران را تسهیل و بهبود بخشد و هم‌اکنون همکاری‌های فی‌مابین انجمن و تشکلی‌های دامداران کشور رو به فرونی بوده به نحوی که بخشی از فعالیت‌های انجمن برای افزایش سرانه مصرف شیر و لبنیات با همکاری و سرمایه‌گذاری تشکلی‌های دامداری کشور در حال انجام است.

علاوه بر این انجمن در طی فعالیت خود ارتباطات خوب و رو به گسترشی را با تشکلی‌های مرتبط با صنعت لبنیات در سایر کشورها برقرار کرده که از جمله آنها «فدراسیون جهانی لبنیات» (IDF) و «هیئت شیر هندوستان» (Dairy Board) است. ارتباط با این تشکلی‌ها و نیز مطالعه تجربه آنها در حل مسائل اعضا و صنعت لبنیات، اعضای ما در انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی را متقاعد کرده است که در سال‌های آتی تشکلی‌خانه شیر ایران را با همکاری همه ذی‌نفعان صنعت لبنیات در دستور کار انجمن قرار دهند و هم‌اکنون بخشی از تلاش‌های انجمن متمرکز بر تحقق این هدف طی سال ۹۹ است.

در کنار فعالیت‌های تشکلی، انجمن تلاش کرده تا با تشکلی «تعاونی تولیدکنندگان صنعتی فرآورده‌های لبنی سراسری» بخشی از نیازهای اساسی اعضا در تامین مایحتاج اولیه را تامین کند. به طور مثال در بحران کنونی کرونا که صنایع غذایی و به خصوص کارخانه‌های لبنی با کمبود مواد بهداشتی و ضدعفونی‌کننده مواجه بودند، با هماهنگی‌هایی که انجمن از طریق شرکت تعاونی انجام داد، تولید و توزیع مواد ضدعفونی‌کننده برای کارخانه‌های عضو انجمن در دستور کار قرار گرفت و هم‌اکنون نیازهای اعضا در این بخش در حال تامین شدن است.

انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی علاوه بر اینکه امتیاز برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی صنعت لبنیات را از سازمان توسعه تجارت کسب کرده و نخستین «نمایشگاه بین‌المللی لبنیات و صنایع وابسته» را در سال ۹۵ برگزار کرد، در بهمن ماه سال ۹۸ نیز «نخستین همایش صنعت لبنیات ایران» را نیز با حضور همه ذی‌نفعان صنعت و مقامات ارشد دولتی و روسای اتاق بازرگانی برگزار کرد. در این همایش برای نخستین بار همه کارخانه‌های لبنی و تامین‌ندگان آنها دور هم آمدند و

صنعتی که قدر ندید اما سرپا ایستاد

چشم‌انداز صنعت لبنیات

میراسلام تیموری

رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی

صنعت لبنیات ایران، صنعتی قدرنازیده در نظام سیاست‌گذاری اقتصادی و همچنین نظام سیاست‌گذاری سلامت کشور است. اهمیت تولید محصولات بهداشتی لبنی در تضمین سلامت جامعه و نیز رشد و نمو فرزندان این سرزمین موضوع این نوشته نیست بلکه عموم سطور که در پیش روی شما قرار دارد، به جایگاه اقتصادی صنعت لبنیات به عنوان یک صنعت پیشرو و پیش‌برنده در حوزه صنایع غذایی خواهد پرداخت. صنعتی که «شیر خام» به عنوان ماده اصلی آن کشاورزی و دامداری را تحرک می‌بخشد و بخش مهمی از نوآوری‌ها در صنعت بسته‌بندی وابسته به نیازهای این صنعت در حوزه ایمنی و سلامت محصولات غذایی است و البته گستره نیاز مصرف‌کنندگان باعث شده تا این صنعت شبکه وسیعی از توزیع‌کنندگان را در صنعت پخش و توزیع منتفع سازد.

صنعت لبنیات ایران صنعتی خصوصی است و یا دست کم بیش از ۸۵ درصد آن با سرمایه بخش خصوصی ایجاد شده و مدیریت می‌شود و بیش از ۴۰۰ برند در بازار سراسری و منطقه‌ای آن در سراسر کشور وجود دارد. اهمیت این ویژگی مهم را وقتی بهتر درک می‌کنیم که به یاد بیآوریم به نظر کارشناسان اقتصادی، خصوصی‌سازی در بسیاری از صنایع کشور تجربه‌ای غیر موفق را پشت سر نهاده است. نقش پررنگ بخش خصوصی در این صنعت بود که باعث شد ایران که تا سال‌های پایانی دهه ۶۰ و اوایل دهه ۷۰ واردکننده حجم عمده‌ای از محصولات لبنی بود، امروز نه تنها همه محصولات لبنی مورد انتظار مصرف‌کننده ایرانی را تامین کرده بلکه در جایگاه صادرکننده محصولات لبنی هم قرار گرفته است.

صنعت لبنیات ایران مفتخر است که با تعدد برند و تنوع محصول خود، «حق انتخاب مصرف‌کننده ایرانی» را پاس داشته و کیفیت محصولات و تنوع چشم‌نواز آن با برندهای مختلف را در معرض قضاوت و پسند مصرف‌کننده ایرانی قرار داده است. اگر به گلایه‌هایی که مصرف‌کننده ایران از کیفیت کالا یا کمبود حق انتخاب خود در قبال محصولات برخی دیگر از صنایع کشور ابراز می‌کند توجه کنیم، اهمیت و گستردگی کاری که در صنعت لبنیات انجام شده است را بیشتر درک خواهیم کرد.

سهام صنعت لبنیات از اشتغال مستقیم حدود ۱۲۰ هزار نفر، اشتغال غیر مستقیم حدود ۴۸۰ هزار نفر و در کل زنجیره این صنعت از کشاورزی تا توزیع، بیش از ۲ میلیون نفر است. توسعه این صنعت مشروط به آنچه در پی خواهد آمد، می‌تواند به این دلیل که ماده خام این صنعت وابسته به کشاورزی و دامداری است، به توسعه نقاط محروم کشور منجر شود. در حقیقت توسعه این صنعت به معنی فقرزدایی و درآمدزایی برای هموطنان محرومی است که در روستاها و مناطق کمتربرخوردار کشور حضور دارند. صنعت لبنیات ایران همچنین با گردش نقدینگی ۳۵۰۰ میلیارد ریال و صادرات ۴۵۰ هزار تن محصولات لبنی بالغ بر ۷۵۰ میلیون دلار یکی از صنایع مهم غذایی کشور و سلامت‌محورترین صنعت در میان صنایع غذایی است. سهم صنعت لبنیات قریب به یک درصد از تولید ناخالص داخلی در شرایط کنونی است. با توجه به اینکه صنعت لبنیات، صنعتی درون‌زا است و بیش از ۹۰ درصد ماده خام و تکنولوژی آن متکی به امکانات داخلی است،

در شرایط کنونی کشور ظرفیت خوبی برای توسعه و افزایش سهم خود از تولید ناخالص داخلی را خواهد داشت.

با وجود اینکه صنعت لبنیات به مثابه موتور محرکه‌ای برای بخش مهمی از اقتصاد کشاورزی است ولی قدر و جایگاهی ناشناخته در میان اهالی دولت و مجلس و نهادهای سیاست‌گذار کشور دارد و در همه سال‌های گذشته جز مقطعی کوتاه در دهه ۷۰ تا میانه دهه ۸۰، سیاست‌گذاری‌های کلان آنها، عاملی بازدارنده در توسعه این صنعت بوده است. آنچه در پی خواهد آمد نگاهی است به ظرفیت‌ها و فرصت‌هایی که در این صنعت کمتر قدر دیده وجود دارد. و تلاش شده تا چشم‌اندازی برای آنچه این صنعت می‌تواند برای کشور در حوزه اشتغال و ارزآوری و سلامت به ارمغان بیاورد، ترسیم شود.

استفاده آحاد مردم از شیر و لبنیات همواره به جهت اهمیت تغذیه‌ای، مورد نظر مقامات دولتی بوده است. دولتی‌ها با این پیش‌فرض که کنترل قیمت می‌تواند دسترسی عموم مردم به محصولات لبنی را تسهیل کند، دخالت در قیمت‌گذاری محصولات لبنی را در دستور کار خود قرار داده‌اند. اما این سیاست نه تنها باعث تحقق این هدف نشده، بلکه در مقاطعی به عدم دسترسی کافی مصرف‌کنندگان نیز انجامیده است. لذا مهم‌ترین تهدید صنعت لبنیات ایران کنترل قیمت توسط نهادهای دولتی و حاکمیتی است. هم‌اکنون بیش از ۷۵ درصد سبد محصولات لبنی در محدوده کنترل قیمتی قرار دارد که راه را بر توسعه پایدار و نوآوری در این صنعت، بسته است. این در شرایطی است که صنعت لبنیات با حدود ۴۰۰ شرکت فعال در شرایط کاملاً رقابتی قرار دارد و عرضه لبنیات با گستره وسیعی از برندهای مختلف، چشم‌نواز مصرف‌کنندگان در هر فروشگاه کوچک و بزرگی است و هر شهروندی می‌تواند بسته به نیاز و سلیقه و درآمد خود کالای مورد نیاز خود را انتخاب کند. در چنین شرایطی که بازار کاملاً رقابتی است، تداوم سیاست سرکوب قیمت در صنعت لبنیات از سوی نهادهای دولتی قابل درک نیست. راه حل موضوع قیمت‌گذاری به طور کلی حذف کلیه بارانه‌های مرتبط با صنعت و عدم دخالت دولت در قیمت‌گذاری و اجازه دادن به حاکم شدن قانون عرضه و تقاضا است. با این حال برای تحقق ملاحظات دولت در حمایت از اقشار آسیب‌پذیر و وجود لبنیات در سبد خانوارهای کم‌برخوردار، انجمن صنایع لبنی به نمایندگی از شرکت‌های لبنی عضو خود که سهم عمده و اصلی بازار را در اختیار دارند، بارها پیشنهاد داده است که با تقبل حداقل یک‌سوم از کل نیاز کشور به صورت قیمت تمام‌شده در قالب سبد حمایتی خانوار، ضمن ایفای رسالت اجتماعی خود در قبال هموطنان، دغدغه دولت‌مردان را برای تأمین نیاز اقشار کم‌برخوردار به محصولات لبنی برطرف کنند.

این نکته درخور توجه است که در سال‌های نه‌چندان دور که دولت برای خرید محصولات لبنی بارانه پرداخت می‌کرد، حجم محصول حداکثر یک پنجم کل نیاز کشور بود اما با پیشنهاد فوق این مقدار می‌تواند به یک سوم افزایش یابد. با این طرح شیر، ماست و پنیر در حجم حدود ۲،۲۵۰ میلیون تن شیر با قیمت تمام شده در قالب سبد حمایت خانوار در اختیار

بیش از ۷۵ درصد سبد محصولات لبنی در محدوده کنترل قیمتی قرار دارد که راه را بر توسعه پایدار و نوآوری در این صنعت، بسته است. این در شرایطی است که صنعت لبنیات با حدود ۴۰۰ شرکت فعال در شرایط کاملاً رقابتی قرار دارد و عرضه لبنیات با گستره وسیعی از برندهای مختلف وجود دارند

صنعت لبنیات ایران با سابقه‌ای بیش از ۷۰ سال نه تنها در تولید محصولات لبنی خودکفا شده است، بلکه محصولات لبنی کشورمان استانداردهای کیفی لازم برای صادرات به عموم کشورهای جهان از جمله آفریقا، خاورمیانه، آسیای شرقی، اروپا و ... را دارند.

اقتدار آسیب‌پذیر قرار گرفته و مابقی محصولات به صورت رقابتی به بازار عرضه خواهد شد.

تغییر سبک زندگی و ترکیب سنی جامعه می‌تواند تهدیدی بر نوع مصرف لبنیات باشد و همین مقدار سرانه مصرف لبنیات را که به دلایل مختلف آسیب دیده است کاهش دهد. این موضوع گرچه تهدید است ولی فرصتی مغتنم هم هست تا صنعت لبنیات با ارائه محصولات جدید لبنی برای قشرهای مختلف جامعه با سلاقی مختلف که با مصرف سنتی لبنیات میانه‌چندانی ندارند، بتواند سرانه مصرف لبنیات را افزایش دهد. این امر مستلزم سرمایه‌گذاری در بخش تحقیق و توسعه برای برآورد نیازهای جدید جامعه بر اساس سبک زندگی جدید است که می‌تواند راه را برای توسعه پایدار این صنعت هموار سازد.

سرانه مصرف لبنیات در ایران کماکان در مقایسه با کشورهای توسعه یافته بسیار پایین است. سرانه مصرف در ایران حدود ۷۵ کیلو در سال برای هر فرد است که در مقایسه با استاندارد جهانی ۱۶۰ کیلو در سال برای هر فرد و نیز ۳۵۰ کیلو در کشورهای توسعه یافته، بسیار پایین است. متأسفانه در سال‌های اخیر دو عامل مهم باعث کاهش مصرف لبنیات شده است. عامل اول افزایش قیمت محصولات لبنی ناشی از افزایش قیمت شیر خام، افزایش هزینه‌های بسته‌بندی، افزایش قیمت ارز و افزایش هزینه‌های فرآوری ناشی از حقوق و دستمزد و اعمال سیاست‌های ارزش افزوده برای بخش بزرگی از محصولات لبنی بوده است که باعث شده قیمت محصولات لبنی افزایش یابد و در کنار کاهش قدرت خرید مردم به کاهش سرانه مصرف لبنیات دامن بزنند. اما مهم‌تر از عامل اول، فقدان فرهنگ‌سازی مصرف لبنیات به عنوان عامل دوم است که بر کاهش سرانه مصرف در ایران تأثیری مستقیم داشته است. دامنه مشکلات در موضوع فرهنگ مصرف لبنیات از تخریب‌های غیر علمی و ادعاهای نادرست به محصولات لبنی آغاز شده و تا عدم سرمایه‌گذاری در ترویج مصرف لبنیات توسط نهادهای سیاست‌گذار متولی سلامت کشور را شامل می‌شود. شایعه‌های بی اساس از جمله وجود وایتکس در شیر (۱)، استفاده از روغن پالم (۲)، دوز آفلاتوکسین بالا در شیر (۳) و همچنین ارائه اطلاعات غلط علمی مدعی لزوم پرهیز از مصرف لبنیات باعث شده است که سرانه مصرف کاهش پیدا کند. این در شرایطی است که مراجع ذیصلاح بهداشتی و تغذیه‌ای به صورت جدی به مصرف شیر و محصولات لبنی نه تنها برای تغذیه سالم تأکید دارند بلکه از آن به عنوان یکی از عوامل مهم پیشگیری برای جلوگیری از بیماری‌های پوکی استخوان - دندان بالاخص برای ایام سالمندی نام می‌برند.

با توجه به آنچه بیان شد لازم است برای حل مشکل افزایش قیمت محصولات لبنی که تا حدی غیرقابل اجتناب است از پیشنهاد ارائه شده انجمن که در بند یک ارائه شد توسط دولت‌مداران استقبال جدی صورت گیرد و اجرایی شود و در بند دوم ضمن اتخاذ یک سیاست هماهنگ در همه بخش‌های دولتی و حاکمیتی از جمله وزارت بهداشت، آموزش و پرورش، صدا و سیما و دیگر نهادهای مرتبط نسبت به فرهنگ‌سازی مصرف شیر و لبنیات اقدام کرد. پروژه شیر مدرسه که متأسفانه به دلایل مختلف به ویژه مشکل بودجه‌ای دولت به حاشیه رانده شده است، تجدید حیات شده و به عنوان یک پروژه حمایتی توسط دولت اجرایی شود.

فرصت دیگر برای توسعه لبنیات جذابیت توسعه دامداری‌ها از طرف سرمایه‌گذاران است. سیاست کلان دولت در حمایت از صنعت دامداری در کشور در تخصیص ارز ۴۲۰۰۰ ریالی به واردات نهادهای دامی، معافیت مالیاتی دامداری‌ها، عدم امکان اعمال قیمت دستوری برای شیر خام، شرایط بارندگی مناسب در سال‌های اخیر، بهره‌وری مناسب تولید در صنعت دامداری کشور می‌تواند

پایداری تأمین ماده حیاتی صنعت لبنیات (شیر خام) را ایجاد و در مقایسه با واردات اجزای شیر خام مزیت نسبی تولید شیر خام را حفظ کند.

تهدید این فرصت مهم، دخالت دولت در امر قیمت‌گذاری است که با توجه به تخصیص ارز ۴۲۰۰۰ ریالی، در تلاش برای توجیه این دخالت است اما آینده‌نگران آن است که دولت با حذف ارز ۴۲۰۰۰ ریالی، امکان توجیه اقتصادی شیر خام و فرآوری آن را در بلندمدت تضمین کند.

فرصت مهم دیگر برای صنعت لبنیات صادرات است. بازار لبنیات در کشورهای همسایه به خصوص عراق و افغانستان به دلیل عدم امکان تولید شیر خام تازه و نیز احتمال پیوستن ایران به بازار اقتصادی اوراسیا، یک بازار بسیار بزرگ و متنوع برای شرکت‌های لبنی ایران است که علاوه بر افزایش ظرفیت‌های تولیدی شرکت‌های لبنی، سطح نوآوری و سطح تکنولوژی خود را افزایش دهد و امکان رقابت با شرکت‌های بین‌المللی لبنی را فراهم سازد.

تحریم ایران و کاهش صادرات نفتی دولت را برای حمایت از صادرات محصولات صنایع غذایی متقاعد کرده اما لازم است دولت موانع صادراتی را تا حد امکان حذف کند. افزایش نرخ ارز به صادرات محصولات غذایی، کمک قابل توجهی کرد. حذف تعدد قیمت غیرمنطقی ارز و افزایش منطقی آن در مقایسه با نرخ تورم به افزایش صادرات خواهد انجامید و توسعه صادرات محصولات لبنی را پایدار خواهد کرد. در این بین اما تنظیم بازار داخلی به منظور جلوگیری از افزایش قیمت در صورت توسعه صادرات یک تهدید اصلی و مانع جدی در این ارتباط خواهد بود که باید برای آن ترتیبات خاصی در نظر گرفت.

صنعت لبنیات ایران با سابقه‌ای بیش از ۷۰ سال نه تنها در تولید محصولات لبنی خودکفا شده است، بلکه محصولات لبنی کشورمان استانداردهای کیفی لازم برای صادرات به عموم کشورهای جهان از جمله آفریقا، خاورمیانه، آسیای شرقی، اروپا و ... را دارند. با همه تنگناهای اقتصادی و سیاسی و زیرساختی موجود کشور، صنعت لبنیات طیفی متنوع از محصولات را به کشورهای آفریقا، روسیه، چین، ژاپن، عراق و کشورهای حاشیه خلیج فارس صادر می‌کند و توانسته از استانداردهای سختگیرانه واردات کالاها به مقاصد هدف عبور کند. این مهم به خوبی نشان می‌دهد این صنعت از نظر نیروی انسانی و ظرفیت‌های تکنولوژیک آمادگی بسیار زیادی برای جهش صادراتی و رسیدن به صادرات ۳ میلیارد دلاری دارد.

حذف ارز ۴۲۰۰۰ ریالی برای واردات کره، صنایع تولید لبنیات را برای تولید کره از محل شیر داخلی به شدت ترغیب کرده است. در صورتی که نیاز به کره مصرفی داخلی با قیمت‌های فعلی کماکان حدود ۳۰ هزار تن باشد ما به حدود حداقل ۷۵۰ هزار تن شیر خام به صورت سالیانه نیاز خواهیم داشت. تولید این حجم از محصول می‌تواند یک ظرفیت خوب برای توسعه صنعت را فراهم سازد. ضمن این که کماکان تنظیم بازار شیر خام و جلوگیری از افزایش غیرمنطقی و قیمت‌های دستوری دولت برای محصولات لبنی دغدغه اصلی اهالی صنعت خواهد بود.

در ترسیم چشم‌انداز صنعت لبنیات ایران در صورتی که دولت به رفع دغدغه‌های اهالی این صنعت به ویژه در حوزه قیمت‌گذاری بر محصولات لبنی اقدام کند، این ظرفیت و توانایی در صنعت لبنیات ایران وجود دارد که بتواند ظرف ۵ سال سطح اشتغال در این صنعت را تا دو برابر افزایش داده و به علاوه میزان ۳ میلیارد دلار آرزواری حاصل از صادرات داشته باشد. تحقق جهش در تولید و حمایت از تولیدکننده ایرانی نیازمند تمهیداتی است که امیدواریم نهادهای سیاست‌گذار برای تحقق آن اراده‌ای تام و تمام نشان دهند. ■

سهم صنعت
لبنیات از اشتغال
مستقیم حدود
۱۲۰ هزار
نفر، اشتغال
غیرمستقیم
حدود ۴۸۰ هزار
نفر و در کل
زنجیره این صنعت
از کشاورزی تا
توزیع، بیش از ۲
میلیون نفر است.
توسعه این صنعت
می‌تواند به این
دلیل که ماده خام
این صنعت وابسته
به کشاورزی و
دامداری است،
به توسعه نقاط
محروم کشور
منجر شود. در
حقیقت توسعه
این صنعت به
معنی فقرزدایی
و درآمدزایی
برای هموطنان
محرومی است
که در روستاها
و مناطق
کمتر برخوردار
کشور حضور
دارند

سیاستی که موفق نیست

مصائب غیر قابل پرهیز قیمت گذاری

بهنام نائبزاده

عضو هیئت مدیره انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران

تجربه سیاست قیمت گذاری دستوری و دخالت دولت در قیمت گذاری نشان داده است که این سیاست‌ها در هیچ کجای دنیا موفقیت آمیز نبوده و تجربه ما نیز در همه سال‌هایی که دولت اقدام به دخالت در قیمت گذاری کرده است حکایت از عدم موفقیت این روش داشته و در نهایت منجر به تحقق اهداف اولیه که حمایت از مصرف کننده و افزایش سرانه مصرف باشد، نشده است.

این یک اصل اقتصادی غیر قابل انکار است که هر بنگاه اقتصادی جهت کسب سود تشکیل می‌شود و قیمت گذاری دستوری دولت برای مدتی نامحدود و خارج از چارچوب عرضه و تقاضا، معمولاً باعث کاهش سود یا حتی به زیان رسیدن بنگاه‌های اقتصادی بوده و منجر به خروج سرمایه سرمایه‌گذاران از صنعت و روی آوردن به مشاغل غیر تولیدی و واسطه‌ای خواهد بود. در حقیقت آنچه باعث می‌شود که یک اقتصاد را اقتصادی صنعتی و تولیدمحور بدانیم یا اینکه آن را تجارت‌محور و غیر تولیدی شناسایی کنیم، وابسته به متغیرهایی از این دست است.

تبعات ورود دولت به قیمت گذاری و نادیده گرفتن قانون عرضه و تقاضا محدود به آنچه در بالا اشاره شد نیست. در صنعت لبنیات وقتی دولت اقدام به قیمت گذاری می‌کند، به این معنی است که تولیدکننده را مجبور می‌کند برای بقای خود از میان کاهش کیفیت محصولات و افزایش قیمت و انجام تخلف دست به انتخاب بزند چرا که اگر چنین انتخابی نکند محکوم به نابودی خواهد بود. زیان کاهش کیفیت محصولات نهایتاً متوجه مصرف کننده و سلامت جامعه خواهد بود. به خطر افتادن سلامت جامعه نیز خود به خود به معنی افزایش هزینه‌های درمان است که بار آن متوجه بودجه کشور خواهد شد و عملاً این دولت است که هزینه‌های خود را افزایش داده است. از سوی دیگر افزایش قیمت برخلاف نرخ‌های اعلامی هم به معنی تخلف بوده و تبعاتی از جمله جریمه‌های سنگین خواهد داشت که منجر به اعتمادزایی در روابط تولیدکننده و نظام سیاست گذاری خواهد شد.

مبنای دولت برای ورود به قیمت گذاری در صنعت لبنیات، یارانه‌ای است که به نهادهای دامی می‌دهد. یعنی دولت نهادهای دامی را با ارز مرجع خریداری کرده و در اختیار دامدار قرار می‌دهد. این روند دارای سه اشکال اساسی است. نخست اینکه تنها بخش کمی از نهادهای که دامدار نیاز دارد با قیمت ارز دولتی تامین می‌شود و در نهایت دامدار برای تامین نیازهای خود مجبور است نهاده را با قیمت واقعی در بازار تهیه کند. هم‌اکنون هیچ دامداری نیست که از گرانی نهادهای دامی نالان و ناراضی نباشد. دومین اشکال این است که اختصاص یارانه به ابتدای زنجیره صنعت و فشار بر تولیدکننده برای عدم افزایش قیمت مثل این است که کسی پولی را به همسایه شما داده باشد و از شما طلب بازپرداخت آن را کند و اما اشکال سوم و مهم‌تر از همه این است که اصولاً یارانه و ارز دولتی به معنی وجود رانت و فساد است که مجال تبیین آن در این مقام نیست اما اشکالی ندارد که همه یارانه‌های پر داختی به زنجیره صنعت لبنیات و به تبع آن فرآیند قیمت گذاری و دخالت دولت در قیمت‌ها به شکل مرحله‌ای متوقف شود و آنچه دولت به عنوان یارانه می‌خواهد به دست مصرف کننده برساند را یا به آخرین حلقه زنجیره صنعت لبنیات یعنی تولیدکننده پرداخت کند و یا اینکه مستقیماً آن را در

اختیار مصرف کننده قرار دهد و تمهیداتی ببیند که مصرف کننده یارانه دریافتی را واقعاً به خرید محصولات لبنی که در سلامت خانوار اثر مستقیم دارد اختصاص دهد.

سناریوی دیگر این است که قیمت گذاری توسط انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی که اعضای آن تولیدکنندگان اصلی لبنیات کشور هستند انجام شود. این سناریو مسبوق به سابقه است و در فاصله سال‌های ۷۶ تا ۸۴ که اتفاقاً همزمان با رشد صنعت لبنیات ایران هم شد، این انجمن بود که هر سال اقدام به قیمت گذاری محصولات لبنی می‌کرد و افزایش قیمت‌ها هر ساله کمتر از نرخ تورم اعلامی دولت بود.

در عین حال انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی در سال گذشته نیز این پیشنهاد را به نهادهای مربوطه ارائه داده بود که اقلام لبنی اساسی مورد نیاز خانوارهای کم‌درآمد را با حدود ۱۵ درصد زیر قیمت در میادین میوه و تره‌بار عرضه کند و برای انجام آن فقط این درخواست را داشت که فضای لازم به صورت رایگان در اختیار انجمن قرار گیرد که متأسفانه همکاری‌های لازم از سوی نهادهای ذی‌ربط انجام نپذیرفت.

در صورتی که دولت همچنان اصرار به اجرای سیاست دستوری قیمت گذاری دارد باید عدم‌النتفع یا زبان صنایع لبنی را پرداخت کند تا این صنعت مهم که با سلامت جامعه سر و کار دارد بتواند ادامه حیات دهد. ■

هیئت مدیره

انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران



غلامرضا انزابی‌پور
فرزانه دار



وحید مفید
نایب رئیس



میراسلام تیموری
رئیس هیئت مدیره



غلامرضا شبانی
عضو هیئت مدیره



محمد فرید
عضو هیئت مدیره



محمد تقی شکروی
عضو هیئت مدیره



محمدعلی کارگر مطلق
عضو هیئت مدیره



اسماعیل خاتمی
بازرس اصلی



رضا باکری
دبیر انجمن

در صنعت لبنیات وقتی دولت اقدام به قیمت گذاری می‌کند، به این معنی است که تولیدکننده را مجبور می‌کند برای بقای خود از میان کاهش کیفیت محصولات و افزایش قیمت و انجام تخلف دست به انتخاب بزند چرا که اگر چنین انتخابی نکند محکوم به نابودی خواهد بود