دنیای اقتصاد

ضمیمه
روزنامه دنیای اقتصاد

خرداد ۱۴۰۳
۷۲ صفحه

غذای سیاست

دولت چگونه صنایع غذایی را گرفتار بحران کرده است؟

صنعت غذا با دو ابرچالش در سیاست‌گذاری دست و پنجه نرم می‌کند؛ از یک سو شوک‌های وارده از سمت اقتصاد کلان، بنگاه‌های این حوزه را با نااطمینانی مواجه کرده و از سوی دیگر قیمت‌گذاری دولتی، چشم‌انداز سرمایه‌گذاری در این صنعت را تیره و تار کرده است. دخالت‌های دستوری با صنعت غذا چه می‌کند؟

طرح: علیرضا ناجیک

zero zam zam

نخستین نوشابه رژیمی واقعی ایران

بدون کالری، بدون قند و بدون اسپارتام

zamzam.ir

زمزم، لذت و شادی با هم

زمزم
zam zam

راهکاران
همکاران سیستم

سفارش‌گیری
تا توزیع هوشمند
با راهکار پخش همکاران سیستم

تلفن: ۸۵۲۰
systemgroup.net

لحظه‌های بی‌تکرار

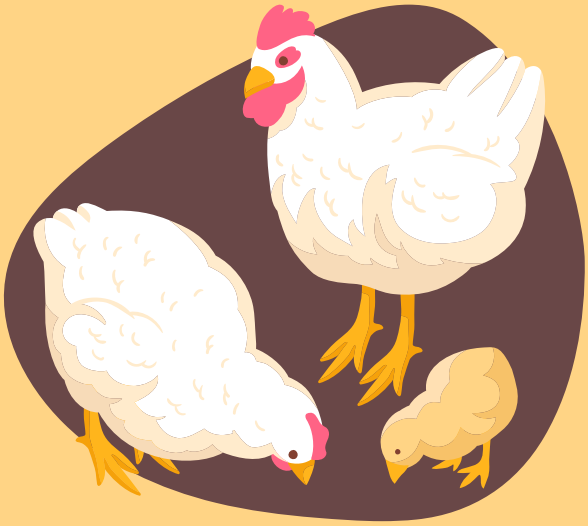
به دنیای JOY
خوش آمـــدید

JOY__BISCUIT

WWW.LOTUSPOUYA.SHOP

اتحادیه مرکزی مرغداران میهن

(مرغ تخمگذار کشور)



An egg a day is ok

هر انسان سالم یک تخم مرغ در روز

آدرس: تهران
میدان توحید
کوچه سرو، پلاک ۴
تلفن: ۰۲۱۶۶۵۹۲۲۰۱-۳
فکس: ۰۲۱۶۶۹۴۲۰۰۹
ایمیل:
info@mihanunion.com

www.mihanunion.com

TAK NAN JONOUB
تک نان جنوب
PITA
CLASSIC SESAME BUN
LAVASH
تک
نان
سلامت نان ، سلامت خانواده
www.takbakery.com
info@takbakery.com
Instagram: taknan.jonoub
دفتر مرکزی: تهران، الهیه، انتهای مریم شرقی، ابتدای فیاضی، پلاک3،
طبقه چهارم، واحد 14 تلفن: 86-021-22623195 021-22623195
کارخانه: اهواز، شهرک صنعتی شماره2، خیابان نلاش، خیابان صنعت10
تلفن: 9-06133739061 نمابر: 06133739060

شرکت پخش البرز

(سهامی عام)

بیش از نیم قرن تجربه

در توزیع دارو و کالاهای مصرفی به سراسر کشور

رعایت پروتکل های بهداشتی در تمام فرآیندهای آماده سازی و ارسال	توزیع و انبارش محصولات سلامت محور
تأمین با کیفیت ترین محصولات از معتبرترین برندها و با بهترین قیمت ها	ارتقا سطح سلامت ملی از طریق تأمین و توزیع پایدار
توزیع سریع و مطمئن به تمامی نقاط ایران با ناوگان اختصاصی	اولین شرکت پخش پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار

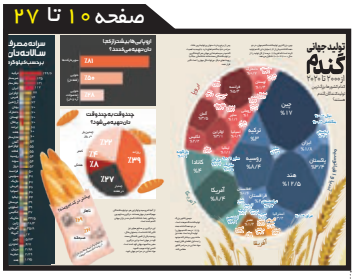
تلفن: ۶۲۹۳۷ (۰۲۱) www.alborzdc.com

ایمنی در برابر ویروس

آدامس زغال اکتیو از بین برنده ی ویروس و باکتری های مضر دهان

RABEE
100% NATURAL ROSE WATER
FROM PERSIAN ROSE GARDENS
With 24K Gold
FROM PERSIAN ROSE GARDENS
RABEE 1949
ROSE
WATER
Premium
www.rabee.com
rabeefood

صفحه ۱۰ تا ۲۷



تولید

درباره شاخص‌های تولید در صنایع غذایی ایران

صفحه ۲۶

تلاش رقبا برای کپی‌کاری

بررسی تحولات اخیر زمزم
در گفت‌وگو با سعید عبدالهی‌نژاد

صفحه ۲۷

ایران را گلستان می‌کنیم

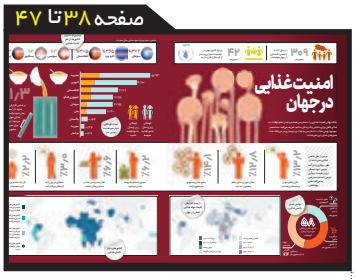
فرصت‌ها و چالش‌های صنعت گلاب در ایران
در گفت‌وگو با شهرام راهب

صفحه ۲۸ تا ۳۷

توزیع وپخش

ابرچالش‌های صنعت پخش چیست؟

صفحه ۳۸ تا ۴۷



امنیت غذایی

چه مسائلی امنیت غذایی را تهدید می‌کند؟

صفحه ۴۸ تا ۶۰

سیاست‌گذاری

سیاست‌های محدودکننده صنعت غذا چیست؟

صنعت تهویه - مهر ۱۴۰۲

صنایع غذایی - خرداد ۱۴۰۲

صنعت پخش - اردیبهشت ۱۴۰۲

لوازم خانگی - بهمن ۱۴۰۱

صنعت حمل‌ونقل - آذر ۱۴۰۱

www.den.ir

ضمیمه روزنامه دنیای اقتصاد
ویژه‌نامه صنایع غذایی
خرداد ۱۴۰۳

صاحب امتیاز: دنیای اقتصاد تابان
مدیرمسئول: علیرضا بختیاری

دبیر ویژه‌نامه: نیلوفر نیاورانی
مدیر اجرایی: فرهاد حسین‌پور

تحریریه: صدف صمیمی، محمد علی‌نژاد، عاطفه چوبان
سعید ابوالقاسمی، زهرا اکبری، زهرا تهرانی

هنری و فنی
مدیر آتلیه: آرش لاجورد
صفحه‌آرایی: جمال دیدگر، محمد محمودی، حسین احمدی
اینفوگرافیک: علیرضا تاجیک
وبراستاران: زهرا زارعی، محبوبه شریفی، آزاده چیذری
حروفچینی: ساره سیدناصری، مهدی کلثومی

مدیر توسعه بازار: حامد صمدی
مسئول ویژه‌نامه: سعیده نبی‌زاده
همکاران: زینب طاری، شبنم امینی

تلفن آگهی‌ها: ۵۲۱۸۹۶۶۰
تدارکات: نادر مظلومی

نشانی: خیابان قائم مقام فراهانی
خیابان خدری، پلاک ۵
تلفن: ۵۲۱۸۹۴۰۳

روابط عمومی: ۴۲۷۱۰۱۶۰

توزیع: دنیای اقتصاد
تلفن: ۵۲۱۸۹۲۵۲

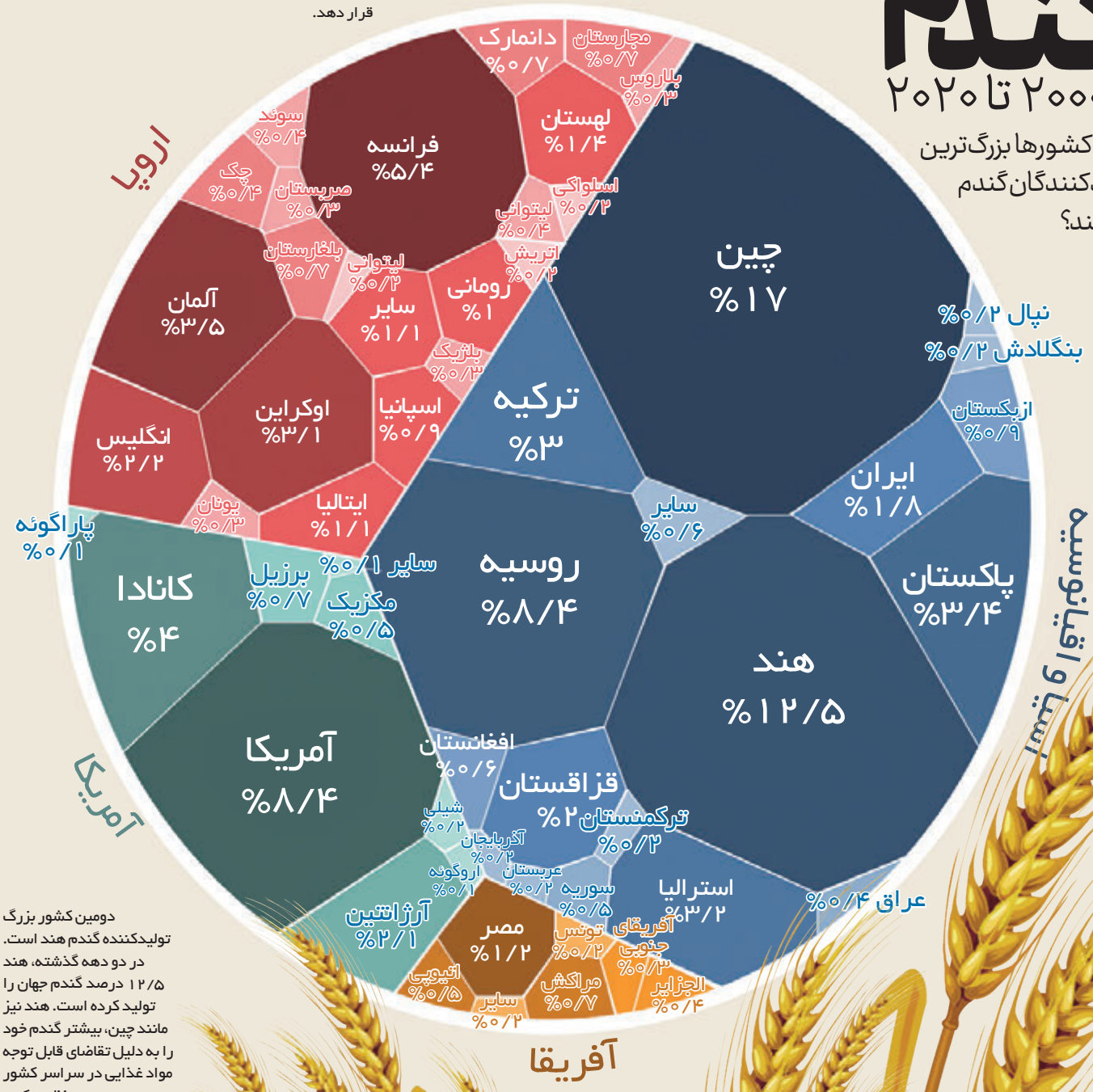
چاپ: امید نشر و چاپ ایرانیان
تلفن: ۵۵۲۷۵۷۷۱

تولید جهانی گندم از ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰

کدام کشورها بزرگ‌ترین تولیدکنندگان گندم هستند؟

چین، بزرگ‌ترین تولیدکننده گندم جهان، در دو دهه گذشته بیش از ۲/۴ میلیارد تن گندم تولید کرده است که تقریباً ۱۷ درصد از کل تولید را از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰ تشکیل می‌دهد.

پس از برنج و ذرت، عنوان پرتولیدترین غلات سراسر دنیا به گندم تعلق دارد. با توجه به اهمیت گندم در سیستم غذایی جهانی، هر گونه تأثیری بر تولیدکنندگان عمده مانند خشکسالی، جنگ یا رویدادهای دیگر، می‌تواند کل جهان را تحت تأثیر قرار دهد.

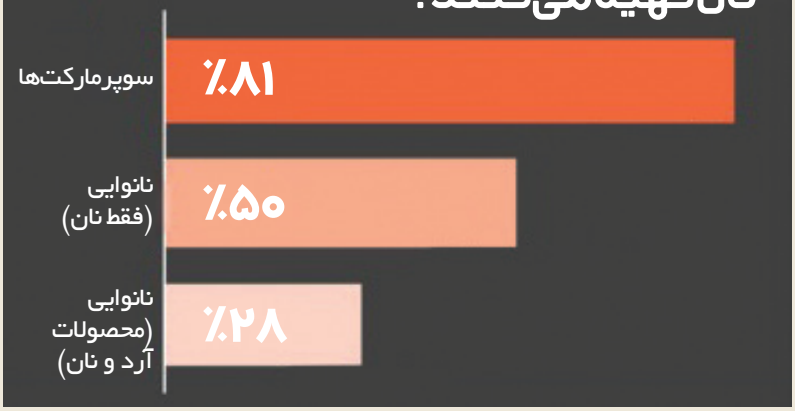


دومین کشور بزرگ تولیدکننده گندم هند است. در دو دهه گذشته، هند ۱۲/۵ درصد گندم جهان را تولید کرده است. هند نیز مانند چین، بیشتر گندم خود را به دلیل تقاضای قابل توجه مواد غذایی در سراسر کشور حفظ می‌کند.

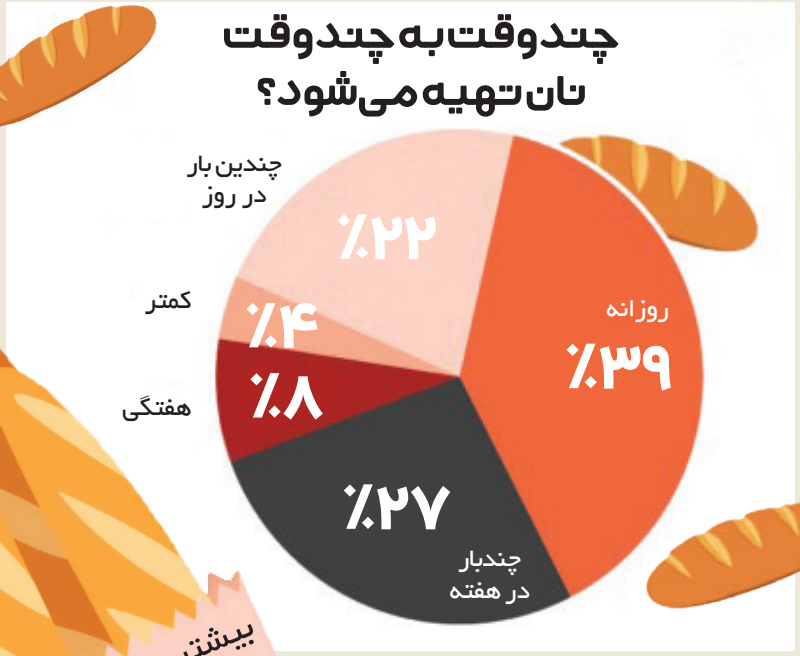
سرانه مصرف سالانه نان
برحسب کیلوگرم

ترکیه	۱۹۹/۶
صربستان	۱۳۵
بلغارستان	۱۳۱
ایران	۱۱۷
اوکراین	۸۸
قبرس	۷۴
آرژانتین	۷۲
یونان	۷۰
دانمارک	۷۰
لهستان	۷۰
پرتغال	۷۰
ایرلند	۶۸
هلند	۶۰
مجارستان	۶۰
آلمان	۵۷
لوکزامبورگ	۵۵
فنلاند	۵۵
روسیه	۵۴
سوئد	۵۴
نروژ	۵۲
فرانسه	۵۰
سوئیس	۴۸
بلژیک	۴۷
اتریش	۴۶
اسپانیا	۴۶
ایتالیا	۴۴
عربستان	۳۹
اسلوونی	۳۹
انگلیس	۳۷
مکزیک	۳۳/۵
ژاپن	۲۸/۳
آفریقای جنوبی	۲۵/۸
آمریکا	۱۷
چین	۵/۸۳
اندونزی	۴/۷
برزیل	۲/۸۸
نیجریه	۲/۲۹
هند	۱/۷۵

اروپایی‌ها بیشتر از کجا نان تهیه می‌کنند؟



چندوقت به چندوقت نان تهیه می‌شود؟



از آنجا که روسیه و اوکراین هر دو تولیدکنندگان مهم گندم در جهان هستند، درگیری مداوم بین دو کشور باعث اختلالات گسترده در بازار جهانی گندم شده است.

این درگیری بر صنایع مجاور نیز تاثیر گذاشته است. به عنوان مثال، روسیه یکی از تامین کنندگان عمده کود در جهان است و این درگیری منجر به کمبود جهانی کود شده است که می‌تواند موجب کمبود مواد غذایی در سراسر جهان شود.

اینفوگرافیک: علیرضا تاجیک

حسن فروزان‌فرد
نایب‌رئیس کمیسیون سرمایه‌گذاری اتاق ایران

غذا در بازار رقابت کامل

صنعت غذا کجای اقتصاد ایران قرار دارد؟

صنایع غذایی به ویژه صنایع غذایی تبدیلی، از قدیمی‌ترین صنایعی هستند که در کشور کارشان را آغاز کرده‌اند. دلایل آن هم مشخص است و به این خاطر است که مصرف روزمره مردم نقشی تعیین‌کننده در شکل‌گیری و بقای این صنعت دارد. ایـــن نوع کالاها عمدتاً توجیهی برای واردات ندارند. ما در ایران ظرفیت‌های لازم برای تولید مواد اولیه و مواد مورد استفاده در بسته‌بندی را داریم. از نظر تکنولوژی این صنعت خیلی های‌تک نیست. منظور این است که از جدیدترین و پیشرفته‌ترین فناوری که سرآمد سایر فناوری‌های بازار صنایع غذایی باشد، بهره نمی‌بریم. بنابراین تجهیزات و ماشین‌آلات بســـیاری از این صنایع تبدیلی زیرمجموعه صنایع غذایی در کشـــور قابل تامین و قابل استفاده است. سرمایه‌گذاری در این زمینه به ویژه در حد کوچک و متوســـط، به گونه‌ای است که افراد بسیاری می‌توانند وارد این صنعت شوند و در این حوزه ســـرمایه‌گذاری کنند. بنابراین به نظر من یکی از پرتعدادترین صنایعی که در جاهای مختلف کشـــور از نظر پراکندگـــی وجود دارد، صنایع غذایی تبدیلی و زنجیره‌های وابسته به آن است. بنابراین همان‌طور که مشاهده می‌شود، نمایشـــگاه ایران‌آگروفود یکی از سه نمایشگاه بزرگ کشور است که سی و یکمین دوره آن -نمایشگاه بین‌المللی صنایع کشـــاورزی، مواد غذایی، ماشـــین‌آلات و صنایع وابسته- با همکاری شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران برای سی و یکمین سال متوالی در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران در حال برگزاری است.

بازیگران پرتعداد در صنعت غذا

این صنعت چون بازیگران بســـیار زیادی دارد، رفت‌وآمد بـــه این صنعت نیز به راحتی اتفاق می‌افتد. به این خاطر که محدودیت‌های مجوزی پیچیده‌ای در این زمینه وجود ندارد و اگر قواعد بازی رعایت شود، سرمایه‌گذاران متعددی وارد این صنعت می‌شوند. در واقع جنس صنعت غذایی و محصولات غذایی فرآوری‌شده از جنس یک بازار رقابت کامل یا نزدیک به رقابت کامل اســـت. بنابراین همه ویژگی‌های یک رقابت کامل را دارد. ابتدا باید در نظر گرفت که تعداد بازیگران این صنعت بسیار زیاد است. پراکندگی بسیار زیادی دارد و البته وجود رقابت نزدیک که می‌تواند زمینه توجهات کیفی و کمی را هم در این صنعـــت فراهم کند. نکته‌ای که این ویژگی‌ها به این صنعت می‌دهند این اســـت که این بازار و این صنعت بسیار مستحکم و قوی اســـت. اما با توجه به همین ویژگی حاشیه سود در این صنعت بسیار کم است. به نسبت صنایع مشابه با ســـرمایه‌گذاری‌های مشابه حاشیه سود در صنعت غذا کوچک‌تر است به خاطر اینکه بازار در این صنعت رقابتی اســـت. بـــه رغم اینکه گـــردش کالاها در این صنعت بیشتر است اما حاشیه سود در صنعت غذا ناچیز و محدود است. این حاشیه ســـود محدود، وقتی در تلاطم‌های اقتصادی قرار می‌گیرد، وقتی محیط کسب‌وکار به دلیـــل این تلاطم‌هـــا، تغییر و نوسان شاخص‌ها و متغیرهای مهم اقتصادی دچار تلاطم می‌شـــود، آسیب‌پذیری این صنعت هم بیشتر می‌شـــود. به خاطر اینکه حاشیه سود به اندازه‌ای نیست که جبران این تلاطم و پیچیدگی‌ها را داشته باشد. این تلاطم می‌تواند افزایش نرخ ســـود بانکی باشـــد، می‌تواند افزایش نرخ ارز باشد، می‌تواند تورم باشد، می‌تواند کاهش توان مصرف خانوار باشد و... اینها وقتی کنار هم جمع می‌شوند یک شرکت متوسط یـــا کوچک تولید صنایـــع غذایی با حاشیه ســـود محدود و گردش مالـــی کـــم را به ســـمت کاهش میزان تولید می‌برد. همین کاهش میزان تولید که ناشـــی از ناتوانی در تامین مـــواد اولیه یـــا ناتوانی در بـــه‌روزآوری تکنولوژی اســـت، زمینـــه غیراقتصادی‌تر آن فعالیت را بیشـــتر می‌کند. به خاطر اینکه قیمت تمام‌شـــده به ازای هر واحد از محصول با کاهش میزان تولید، بیشـــتر می‌شود. در نهایت آنها که پشـــتوانه‌های مهم‌تـــری ندارند و تبدیل به برند نشده‌اند که بتوانند از ظرفیت‌های برند استفاده کنند یا بـــرای ادامه بقا حاضر باشـــند، جنگجو باشـــند و مسیر سخت را ادامه دهند، مجبور می‌شوند سطح خود را پایین‌تر بیاورند و حتی به سمت تعطیلی بروند.

صنعت غذا در ایران صنعتی سودآور نیست. در گذشته نیز چنین بوده است. جنس این صنعت می‌طلبد که سودآوری بالایی نداشته باشد و مختصات توسعه‌ای که در این صنعت اتفاق افتاده اســـت به‌گونه‌ای است که این صنعت، صنعت سودآوری نباشد، اما صنعتی است که به‌عنوان صنعتی زنده، پویا و در حال تحرک به شمار می‌رود، یعنی با وجود تمامی محدودیت‌ها و گرفتاری‌ها در طول این ۴۰ ســـال در حال رشـــد بوده و اندازه آن بزرگ‌تر شـــده است و تعداد فعالان در عرصه آن بیشـــتر شده اســـت. این به خاطر سودآوری مطمئن‌تری بوده که در این صنعت وجود داشته است. به این دلیل که اگر حداقل‌ها رعایت می‌شد می‌توانستیم به حداقلی از تولید ارزش افزوده و حداقلی از حاشـــیه سود و حداقلی از فروش امیدوار باشیم. صنعت غذا جزو صنایع آسیب‌پذیر است، به این دلیل که صنعت غذای ایران هم در سطح ملی و داخلی و گرفتاری‌های معیشـــتی زندگی مردم مرتب در معرض سیاســـت‌گذاری‌ها و تصمیم‌گیری‌های متنوع قرار می‌گیرد و هم به این دلیل که یکی از مزیت‌های نسبی ایران برای صادرات به شمار می‌آید، به مجرد تغییر و تحولات نرخ ارز و تعاملات بین‌المللی دچار چالش‌های فراوانی می‌شود. صنعت غذا صنعتی مصرفی برای تامین روزمره غذای مردم اســـت و گرفتار سیاست‌های معیشـــتی داخلی می‌شود که نتیجه گرفتاری‌های تورمی در کشـــور است. از سوی دیگر به این دلیـــل که صنعت غذا یکی از مزیت‌های صادراتی ما به همســـایگان است، به سرعت از تحولات سیاسی منطقه، تغییرات محیط‌زیســـتی و حتی بیماری‌ها متاثر می‌شود و تعاملات آن کم و زیاد می‌شـــود. اگر می‌گویم صنعت غذا، صنعتی زنده و پویاســـت به این دلیل است که حجم زیادی از تقاضا در ســـطح ملی را در برمی‌گیـــرد اما به اندازه کافی توسعه و رشد پیدا نمی‌کند و نمی‌تواند وارد حوزه‌های ملی شود، چرا که هم از طریق سیاست‌های اقتصاد کلان داخلی دائم تحت تاثیر قرار می‌گیرد و هم از سیاست‌های تعاملی خارجی و تعاملات منطقه‌ای تاثیر می‌پذیرد.

غیبت سرمایه‌داران بزرگ

اخیراً در جلســـه‌ای بودم که داشتند در مورد واحدهای نیمه‌فعـــال و حتـــی بازمانـــده از فعالیت در شـــهرک‌های صنعتی اســـتان تهران صحبت می‌کردند که تعداد زیادی از واحدهـــای نیمه‌فعال و تعطیل‌شـــده بـــا صنایع غذایی مرتبط بودند. این مســـئله حتی در استان تهران که منطقه جمعیتی بسیار پرمصرفی است، وجود دارد. نکته این است کـــه این صنعت با اینکه نقش مهمی در اشـــتغال‌زایی دارد

اما ممکن است با بحران مواجه شود. این صنعت به طور کلی می‌تواند روحیه صنعتی کشور را تغییر دهد. در واقع در تولید صنعتی کشور نقش اساسی ایفا می‌کند و در حوزه سلامت و در حوزه بهتر کردن وضعیت سفره خانوار می‌تواند نقش داشته باشد. در حوزه صادرات در بسیاری از مواقع می‌تواند تعیین‌کننده باشد، به خاطر اینکه مزیت‌هایی در زمینه برخی از محصولات و کشت آنها در کشور وجود دارد که با فرآوری مناسب قابلیت صادراتی پیدا می‌کند. اما باید توجه کرد که نسبت به گرفتاری‌ها و پیچیدگی‌های اقتصادی که حاصل تحولات اقتصادی است، این صنعت بسیار می‌تواند آسیب‌پذیر باشد. سرمایه‌داران بسیار بزرگ در این صنعت حضور ندارند، واحدها معمولاً کوچک و متوسط است. در نهایت حاشیه سود ناچیز و محدود است. بنابراین اگر متغیرهای اقتصادی مثل شرایطی که اکنون وضعیت اقتصادی ایران دارد، دست به دست هم بدهد و تورم بالای ۴۰ درصد و نرخ بهره برای تامین نیازهای بالای ۴۰ درصد و مسئله ناتوانی خانوار در تامین و مصرف کالاها وجود داشته باشد و فضای غیرتوسعه‌ای کشور که درآمد قابل تصرف خانوار را مرتب دارد کوچک‌تر می‌کند، خیلی از خروجی‌های این شرکت‌ها به کالاهای لوکس برای عموم جامعه و عمدتاً طبقات آسیب‌پذیر جامعه تبدیل می‌شود. چرا که دیگر توان مصرف در این قشر وجود ندارد. از طرفی محدودیت‌های صادراتی مثل مجوزهای صدور و مسئله بازگشت ارز باعث می‌شود فرصت صادرات محدود شود. این مشکل اکنون در حوزه صنایع غذایی وجود دارد. این محدودیت‌ها فرصت‌های صادرات را از صنایع غذایی ایران گرفته است و باید این ملاحظات بهتر مدیریت شود. نکته نهایی اینکه ظرفیت در صنایع غذایی بالاست و امکان توسعه همچنان در این زمینه وجود دارد. این زمینه هم به درد بازار داخل می‌خورد و هم فرصت صادراتی است اما با توجه به ماهیت و رقابتی بودن این بازار بسیار پرریسک است.

حضور در عرصه بازاریابی جهانی

برای حضور صنایع غذایی در عرصه بین‌المللی ما نیازمند دیدگاه بازاریابی بین‌المللی هستیم و برای این دیدگاه نیازمند سرمایه‌گذاری‌هایی هستیم که بازده آنها در بلندمدت به دست می‌آید؛ اقتصاد ایران بر اساس نحوه مدیریتی که بر آن حاکم است، اقتصادی کوتاه‌مدت است، جنس این اقتصاد در مرداب کوتاه‌مدت گرفتار است؛ مفاهیمی نظیر تورم، نرخ ارز، محدودیت‌های صادرات و واردات و موضوع گمرکات و دسترسی به منابع، مفاهیم اقتصاد کلانی است که درواقع تحولات و تغییراتشان از جنس کوتاه‌مدت است. و وقتی که این مفاهیم تصمیم‌گیری برای فعال اقتصادی در صنعت غذا روشن و قابل پیش‌بینی نباشد، نمی‌توان انتظار داشت که او یک‌تنه وارد صحنه شود و تصمیم‌گیری‌های کلانی را که از جنس بازاریابی‌های بین‌المللی است اتخاذ کند، به امید این‌که این بازارها را فتح می‌کند. با کوچک‌ترین اتفاقات اقتصادی و سیاسی تصمیم‌گیری‌های مهمی در زمینه جابه‌جایی اندازه صادرات، فعالیت‌های صادراتی، واردات مواد اولیه و بسته‌بندی کالاهای مورد نیاز اتفاق می‌افتد. این اصلاً با منطق تعهدسپاری‌های بین‌المللی برای تعامل با برندهای مهم فروشگاهی، برندهای مهم توزیع در سطح بین‌المللی جور در نمی‌آید. بنابراین چهارچوب اقتصاد کلان ایران و مولفه‌های اقتصاد کلانی که حاکمیت و دولت باید آنها را مدیریت کند و معمولاً موفقیتی در آن نداشته است زمینه را برای دیدگاه‌های بلندمدت فراهم نمی‌کند و وقتی این زمینه فراهم نباشد، راهکارهای تعامل بین‌المللی هم کند می‌شوند و آسیب می‌بینند. آنچه به‌عنوان صادرات در عرصه صنایع غذایی رشد کرده از جنس حضور موفق بین‌المللی نبوده است، چون به تغییر و تحولات نرخ ارز وابسته بوده و در مواقعی که فرصت‌های نرخ ارز اجازه داده و جذابیت‌هایی با نگاه کوتاه‌مدت ایجاد شده کالاها با نرخ فله و بسته‌بندی و روش‌های مختلف فقط خارج شده و تنها توانسته ارزش ریالی صادرات را بالا ببرد، اما در واقع نگاه بازاریابی بین‌المللی و نگاه نفوذ در بازارهای جدید و توسعه جغرافیایی بازارها جزو دستور کار فعالان اقتصادی و برندهای مهم در کشاورزی و صنایع غذایی معمولاً نبوده است؛ جز تعدادی معدود که توانایی‌های تولید خودشان را در سطح بین‌المللی در مقیاس‌های تولیدی افزایش داده‌اند بقیه جنس فعالیت‌شان اجازه بازاریابی در بازارهای بین‌المللی را نداده است. بنابراین ما در عرصه بین‌الملل با وجود کیفیت مناسبی که محصولاتمان دارد، کیفیت مواد اولیه برندهای معتبر و شناخته‌شده برای عرضه در بازارهای بین‌المللی نداشته‌ایم و بخش کوچکی از آن ناشی از کوچک بودن صنعت غذای ایران از نظر اندازه شرکت‌هاست و بخش اعظم آن مربوط به اقتصاد کلان کشور است که زمینه را برای تکاپوی بیشتر آماده نکرده است.

حضور در عرصه صادرات

امروزه صادرات فرآورده‌های صنایع غذایی به عنوان صنایعی وابسته به بخش کشاورزی، نقش مهمی در ارزآوری کشور ایفا می‌کند. توسعه صادرات غیرنفتی به ویژه کالاهای صنعتی به عنوان یکی از راهبردهای توسعه اقتصادی، یک اصل تعیین‌کننده در راستای افزایش توان تولید داخلی، اشتغال و تامین درآمدهای ارزی محسوب می‌شود. با این حال، سهم صنعت از کل وزن صادرات غیرنفتی کشور فقط ۳/۲ درصد است و بیشترین سهم مربوط به بخش پتروشیمی و میعانات گازی است. بر اساس جدیدترین آمار وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت)، در چهار ماه نخست امسال مجموع صادرات غیرنفتی شامل پتروشیمی و میعانات گازی، معدن و صنایع معدنی، کشاورزی و صنایع غذایی، فرش و صنایع دستی و صنعت، ۳۸ میلیون و ۳۳۱ هزار تن به ارزش ۱۴ میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار بوده است. بیشترین سهم این صادرات مربوط به پتروشیمی و میعانات گازی است که به لحاظ وزنی ۵۱/۲ درصد کل صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص داده است. معدن و صنایع معدنی نیز با ۳۸/۱ درصد در رتبه دوم قرار دارد. سهم کشاورزی و صنایع غذایی و صنعت نیز از کل وزن صادرات غیرنفتی به ترتیب ۷/۴ و ۳/۲ درصد است. به طوری که در چهار ماه نخست امسال به ترتیب دو میلیون و ۸۵۷ هزار تن محصولات کشاورزی و صنایع غذایی به ارزش بیش از ۱/۵ میلیارد دلار و یک میلیون و ۱۲۵ هزار تن محصولات صنعتی به ارزش بیش از ۱/۲۲ میلیارد دلار صادر شده است. وزن و ارزش صادرات بخش غذایی به ترتیب ۱۲/۶ درصد افزایش و ۸/۶ درصد کاهش داشته و وزن و ارزش صادرات محصولات صنعتی نیز ۲۵ و ۳۲/۸ درصد رشد داشته است. همچنین سهم صنعت شیرینی و شکلات از نظر تعداد کل واحدهای تولیدی ۲/۷ درصد است. بیش از یک هزار و ۹۰۰ واحد تولیدی در این بخش فعالیت دارند و از کل اشتغال ایجادشده برای واحدهای صنعتی، این صنعت، سهم ۳/۶درصدی را به خود اختصاص داده است. در این میان از جمله عوامل موثر بر صادرات غیرنفتی، نرخ ارز و ریسک ناشی از نوسانات غیرمنتظره آن است. از این رو یکی از بسترهای لازم برای توسعه صادرات صنایع غذایی ایجاد محیط باثبات اقتصادی و ارائه اطلاعات شفاف درباره روند تغییرات نرخ ارز، ابزارهای پولی و مالی برای تامین ریسک نرخ ارز صادرکنندگان است. صنعت غذایی کشور از ظرفیت‌های بالایی برخوردار است. به طوری که وابستگی‌ها به واردات در حوزه صنعت غذایی حداقلی و میزان ارزآوری آن زیاد است. ضمن اینکه تاب‌آوری در این حوزه بالا بوده و توسعه آن سبب امنیت پایدار خواهد شد. در این میان با توجه به اینکه صنعتگران داخلی در حوزه غذایی و کشاورزی از توانمندی‌های زیادی برخوردارند، می‌توانیم با رفع موانع این حوزه شاهد ارتقای جایگاه این صنعت در کشور و بازارهای خارجی باشیم.

محسن نقاشی
دبیر تشکل‌های صنایع غذایی و کشاورزی ایران

غذا جای نفت

صنعت غذا در ایران چه سهمی از تولید ناخالص داخلی دارد؟

در ایران آمار دقیقی در مورد هیچ موضوعی نداریم. برای سهم صنایع غذایی در تولید ناخالص داخلی هم آماری که بتوانیم به آن استناد کنیم، وجود ندارد. در کشورهای توسعه‌یافته به ویژه آمریکا، تولید داخلی آنقدر ضرورت دارد که ماهانه تولید ناخالص داخلی را در آمارها منعکس می‌کنند. سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی در زمان سرمایه‌گذاری و در اولین مرحله، تولید ناخالص کشور را بررسی می‌کنند که آیا این کشور برای سرمایه‌گذاری مناسب است یا نه.

متاسفانه ما دسترسی دقیقی به چنین آماری نداریم. به استناد اشتغال، گردش مالی و... می‌توانیم بگوییم که صنایع غذایی در تولید ناخالص ملی جایگاه بالایی دارد. بالاترین اشتغال‌زایی و گردش مالی در کشور مربوط به همین حوزه است. برخی اقلام مانند روغن خام و شکر را وارد می‌کنیم که ای‌کاش در بحث کشاورزی آنقدر قدرتمند می‌شدیم که به واردات این موارد هم نیازی نبود. در سال‌های اخیر یک مصوبه قانونی داشتیم که در سال ۱۳۹۰ می‌بایست تولیدات کشاورزی که مواد خام آن از کشورهای دیگر وارد می‌شود، به مرحله‌ای می‌رسید که در سال‌های آینده -که اکنون داریم آن را طی می‌کنیم- باید به خودکفایی در آن مواد برسیم. در صورتی که ما اکنون حدود ۹۵ درصد از روغن خوراکی که در سال استفاده می‌کنیم، از طریق واردات است؛ که از طریق دانه‌های روغنی تاکنون باید آن را حذف می‌کردیم.

در موارد دیگر بیشترین آمار تولید را داشتیم. بسیاری از تولیداتی که اکنون در کشور انجام می‌شود، در چهار دهه گذشته، محصولاتی بودند که از کشورهای دیگر وارد می‌کردیم. یعنی اینها جزو تولید ناخالص داخلی ما نبود، ولی اکنون بسیاری از اقلام را در کشور تولید و حتی صادر هم می‌کنیم. این حرکت باارزشی بوده که در این چند دهه صورت گرفته است. صنایع تبدیلی در این چند سال اخیر بسیار ارزنده بودند. در بحث صنایع غذایی اکنون وابستگی نداریم. باید کشاورزی را با برنامه‌ریزی انجام دهیم و برخی محصولات را تولید کنیم که در بحث صنایع تبدیلی مصرف شود، مانند روغن مایع که رقم هنگفتی می‌شود که جزو تولید ناخالص داخلی صنایع غذایی خواهد بود. در بحث این صنعت، برخی اقلام برای بسته‌بندی نیز به کشور وارد می‌شود که تمام سعی کارآفرینان این است که در این مورد هم مستقل شویم. اما تاکید داریم که در بحث شکر و روغن خوراکی هم به استقلال برسیم تا تولید ناخالص رشد داده شود. در حال حاضر هم می‌توانیم مدعی باشیم که صنایع غذایی تبدیلی نقش مهمی در رشد کشاورزی داشته است. محصولات کشاورزی در چند دهه اخیر را نمی‌توان با دوران قبل از آن مقایسه کرد.

حمایت دولت

مسلماً رشد و افزایش تولید ناخالص داخلی بستگی به حمایت دولت‌ها دارد. اگر دولت حمایت واقعی داشته باشد، صنایع غذایی به تنهایی می‌تواند تولید ناخالص داخلی را به قدری افزایش دهد که به معنای واقعی جایگزین نفت شود. تسهیلات را نمی‌توان به عنوان «حمایت» حساب کرد. در هیچ کجای دنیا مانند ایران، برای تولیدکننده مشکل ایجاد نمی‌شود. اصلاً لزومی نمی‌بینند که در بخش تولید مقاومت کنند. در واقع این‌گونه تلقی می‌شود که به کشور خیانت می‌کنند. مشکلات تولید صنعت غذایی ما اما همواره اضافه می‌شود. واحد تولیدی ما برای مجوز گرفتن ماه‌ها و سال‌ها تلاش می‌کند که اگر این مجوز گرفتن مانند کشورهای دیگر آسان بود، نتیجه آن بالا رفتن تولید می‌شد.

اکنون ۱۲، ۱۳ سال است که مشکل اقتصاد کشور مشخص شده است. هر چقدر تولید ناخالص داخلی کشور بیشتر شود، وضعیت اقتصادی مردم را بهتر و تضمین کرده‌ایم. برای همین است که تمام فشارها، شعارها و... در جهت تولید است. اگر ما موفق شویم تولید را ارتقا دهیم، اقتصاد هم توسعه پیدا می‌کند. باید اول مقدمات کار را برای تولید ناخالص داخلی فراهم کنیم. وقتی می‌گوییم حمایت از کالای تولید ایرانی یا جهش تولید، یعنی سقف تولید ناخالص داخلی را بالا می‌بریم. یعنی مجموعه عواملی که به اقتصاد ربط دارد، سرمایه‌ای که صرف اقتصاد می‌شود، هزینه‌هایی که تولیدکنندگان می‌پردازند و... سود ناخالص می‌شود. باید راهکارهای توسعه را ایجاد کنیم و موانع را هم سریع برداریم.

در حال حاضر ستاد تسهیل در رفع موانع تولید و هیات مقررات‌زدایی داریم تا زحمت بکشند و موانع تولید را رفع کنند. اساساً ما که در جهتی هستیم که جهش تولید داشته باشیم و اقتصادمان را رونق دهیم، چرا باید موانع ایجاد کنیم که بعد چند سازمان تولید کنیم که کارشان برداشتن این موانع باشد؟

تصمیمات خلق‌الساعه

زمانی می‌توانیم تولید ناخالص داخلی را بالا ببریم که در بخش صادرات قوی عمل کنیم. در دنیا برای محصولات غذایی خود حرفی برای گفتن داریم و می‌توانیم آن را صادر کنیم. اما با یک بخشنامه خلق‌الساعه و جدید، تمام برنامه از هم پاشیده می‌شود. یک واحد تولیدی همراه با کارکنانش تمام تلاش خود را می‌کنند، در نمایشگاه‌های داخلی و بین‌المللی شرکت می‌کنند که محصول خود را عرضه و صادر کنند. این واحد تولیدی وقتی می‌خواهد محصول خود را صادر کند، قراردادهایی منعقد کرده است، اما به صورت ناگهانی و یک‌شبه بخشنامه‌ای ابلاغ می‌کنند که صادرات فلان محصول ممنوع است. باید در این ماجرا تولیدکننده را هم دید که سال‌ها هزینه کرده تا بتواند محصول خود را به کشورهای دیگر ارائه دهد و با یک بخشنامه نمی‌تواند به تعهدات خود عمل کند. از سوی دیگر اعتبار خود را از دست می‌دهد. اگر این مشکلات حل می‌شد، می‌توانستیم در تولید ناخالص داخلی بسیار موثر باشیم.

موضوع دیگر این است که در سال‌های گذشته مشوق‌هایی برای صادرکنندگان قائل بودند -البته اگر هم اجرایی شده به صورت محدوده بوده-، اما حالا ناگهان برای تولیدکننده عوارض گمرکی و عوارض خروج می‌گذارند. در کشورهای دیگر مشوق‌های صادراتی وضع می‌شود، اما ما باید عوارض هم بدهیم. در حالی که تولیدکننده در زمانی که اشتغال ایجاد کرده و مالیات و بیمه می‌دهد، به اقتصاد کشور کمک کرده است. در واقع این نوعی عوارض است. تمام کشورها عوارض واردات دارند. یعنی اگر شرکت‌هایی هم بخواهند جنس خود را وارد کنند، عوارض پرداخت می‌کنند. در کشور ما بسیار عجیب است که همین واردات در تولید ناخالص اصلاً حساب نمی‌شود.

همان‌طور که گفته شد، واردات برخی اقلام ضروری است و اگر انجام نشود، تولید آسیب می‌بیند. بحث این است که اگر قرار است عوارض هم گرفته شود، باید برای واردات باشد، نه صادرات. بارها گفته‌ایم که اعلام کنند چه کشورهایی عوارض صادرات دارند. اگر بخواهیم تولید ناخالص داخلی بالا برود، باید سازمان‌دهی مناسبی داشته باشیم.

تمام کشورها فعالیت‌های خود را بسیج کرده‌اند که برای سال ۲۰۵۰ میلادی بتوانند محصولاتی تولید کنند که حداقل وابستگی نداشته باشند. ما اگر با همین فرمان پیش برویم، برای دهه‌ها و نسل‌های آینده چه بر جای می‌ماند؟ تنها راه نجات ما این است که به تولید فکر کنیم. یکی از مواردی که باید در بحث تولید روی آن مکث جدی داشته باشیم، قوانین مربوط به ۶۰ سال پیش است. آیا این قوانین نباید بازنگری شوند؟ مگر ما می‌توانیم تولید ناخالص داخلی را با قوانین ۶۰ سال پیش بالا ببریم؟ در تمام دنیا قوانین به صورت مداوم در حال به‌روزرسانی است، ما چرا نمی‌خواهیم به‌روزرسانی کنیم؟ در زمان وضع این قوانین، شرایطی حاکم بوده که اکنون نیست. سبک زندگی مردم دیگر تغییر کرده است. در سال‌های آینده جنگ بر سر غذاست. تهیه غذا به این سادگی نیست.

تمام نعمت‌های الهی در کشور ما وجود دارد. اگر مشکلاتی را که کشورهای دیگر در مورد غذا دارند، ما می‌داشتیم، مشقت و رنج بسیاری را سپری می‌کردیم. اکنون در هر منطقه‌ای از کشور که نگاه کنید، صنایع

عبدالله قدوسی
مدیرعامل لبنیات پاک

غذایی می‌توانستند کشت داشته باشد. ما مشکلات آب داریم، اما با الگوی کشت می‌توان برای این موضوع هم فکری کرد. آیا اینکه آب نداریم باید باعث شود با همین وضعیت پیش برویم؟ باید فکری برای این موضوع کنیم، همان‌طور که کشورهای دیگر این کار را کرده‌اند.

به‌کارگیری ایده‌ها

در بحث تولید ناخالص داخلی، باید زیرســاخت تولید و زمینه اقتصادی را فراهم کنیم. زیرساخت هم مواردی است که ذکر شد. ما نباید با جهان متفاوت نباشیم، اگر هم می‌خواهیم متفاوت باشیم، باید در جهت مثبت باشد. متاسفانه یک شرایط ناباوری در ادارات ما حاکم است. وقتی صحبت می‌کنیم، می‌گویند آنجا کشورهای توسعه‌یافته هستند. باید بگویم که زمانی هم این کشورها از ما عقب‌افتاده‌تر بودند. در بحث صنایع غذایی، خیلی هم از کشورهای اروپایی عقب‌تر نیستیم. در سه دهه قبل اگر به هایپرهای کشورهای اروپایی می‌رفتید، محصولاتی می‌دیدید که در کشور ما تولید نمی‌شد، اما اکنون محصولاتی داریم که شاید حتی در کشورهای اروپایی هم نداشته باشند. تمام اینها مدیون بخش خصوصی است. بخش خصوصی اقدامات بسیار موثری داشته تا به این جایگاه رسیده و آن را حفظ کرده است.

اکنون با دو دانشگاه بزرگ کشــور تفاهم‌نامه‌هایی امضا کرده‌ایم تا از دانشگاهیان بهره ببریم. اگر این مراودات قوی‌تر شده و از مسائل علمی دانشگاهیان و شرکت‌های دانش‌بنیان بیشــتر استفاده شود، پیشرفت‌های چشمگیری خواهیم داشت. محصول شــرکت‌های دانش‌بنیان صرفاً کالا نیســت، گاهی ایده است. برای مثال به واحدهای تولیدی ایده می‌دهند که برای بالا بردن تولید ناخالص داخلی چه اقداماتی داشته باشند. تلاش فدراسیون صنایع غذایی این است که از جوانان بهره ببریم. این افراد سرمایه‌های کشور هستند و باید با چنگ و دندان از رفتن آنها جلوگیری کنیم. همین حالا متاسفانه در بحث نیروی انســانی مشــکل داریم. تلاش ما این است که با واحدهای دانشگاهی زمینه‌ای را ایجاد کنیم که تولید را بالا ببریم. یک خلأ تولید در ســال‌های گذشــته پیش‌بینی می‌شد که متاسفانه سریع‌تر پیش آمده است. نگران چند سال آینده هستم که واحدهای تولیدی از مدیران تحصیل کرده و مهارت‌دیده خالی شود. واحدهای تولیدی هیچ کمکی از سازمان‌های تولیدی نمی‌خواهند، فقط کافی است آنها مانع ایجاد نکنند. بســیاری از تولیدکنندگان ما دیگر خسته شده و بریده‌اند. تمام فکر و ذکر یک واحد تولیدی باید در جهت ارتقا باشد و اینکه چگونه تولید ناخالص داخلی وطنم را بالا ببرم، نه اینکه فکرش به دارایی، بیمه، بانک، کار، دلار و... باشد. همین افزایش نرخ دلار چه تاثیری در تولید ناخالص داخلی دارد؟ یک واحد تولیدی با چنگ و دندان مواد اولیه را تهیه می‌کند، اما به یکباره مواد اولیه مورد نیازش گران می‌شود. این واحد برند که سال‌ها تلاش کرده تا اعتباری کسب کند، نمی‌تواند یک‌شبه و با افزایش قیمت دلار محصول خود را گران کند، چون اعتبار خود را از دست می‌دهد. بسیاری از تولیدکنندگان ما با افزایش قیمت دلار، قیمت محصولات خود را تغییر ندادند.

آمار در این مورد مشخص است. اگر قیمت‌های اکنون محصولات غذایی را با قیمت دلار سال قبل مقایسه کنید، می‌بینید که صنایع غذایی توانسته در سخت‌ترین شرایط کار کند. به طور کلی تمام مجموعه‌ای که گفته شد تا زمانی که ایجاد نشود، پیشرفت، رشد و توسعه‌ای در تولید ناخالص داخلی نخواهیم داشت. باید همان‌طور که ۱۳ سال است شعار کشــور «اقتصادی» است، راهکارها را دریابیم. این مسئله‌ای بعید نیست، مشــروط بر آنکه سازمان‌های دولتی بپذیرند. مســئولانی که تمام موارد مدیریتی را نمی‌دانند بهتر است از تشکل‌ها و واحدهای تولیدی کمک بگیرند. باید گفت‌وگو کنیم و به تعامل برسیم. یعنی همان کاری که کشورهای دیگر می‌کنند. چرا باید ترکیه به ۱۵۳ کشور صادرات داشته باشد، اما ما به همین چهار، پنج کشور منطقه دلخوش باشیم؟ در حالی که بهترین محصولات غذایی را داریم. اگر با همین فرمان پیش برویم، تا سال ۲۰۴۰ واردکننده خواهیم شــد. باید اکنون مقدمات را فراهم کنیم تا در سال ۲۰۴۰ حداقل در بازار صنایع غذایی سهمی داشته باشیم.

آب رفتن لبنیات در سبد غذایی مردم

صنعت لبنیات چه مشکلاتی را از سر می‌گذراند؟

بحث مصرف لبنیات در جامعه یک موضوع کلیدی است، زیرا سلامت جامعه در گرو آن است و با توجه به افزایش سالمندی در کشور مصرف آن از اهمیتی بسزا برخوردار است. متاسفانه از سال ۱۳۹۰ تاکنون به دلیل مشکلات اقتصادی در خانواده‌ها، میزان سرانه مصرف لبنیات در کشور روزبه‌روز رو به کاهش بوده است و این موضوع نشان‌دهنده این مهم است.

کاهش مصرف لبنیات در سبد خانوار

با کاهش سطح درآمد ماهیانه خانوار اغلب خانواده‌ها علاوه بر مدیریت هزینه در گروه‌های کالایی مصرفی و سرمایه‌ای در مورد مصرف لبنیات هم مدیریت هزینه کرده‌اند و همزمان با رشد قیمت لبنیات و تورم سالیانه درصدی از مصرف خانوار نیز کاهش یافته است که مطمئناً باعث ایجاد مشکلات آتی خواهد شد و برای جلوگیری از بروز مشکلات آتی که به خصوص در سلامت اسکلتی و دندان مردم ایجاد خواهد شد لازم است در دو حوزه:

الف- افزایش اطلاع‌رســانی به مردم در این حوزه از سوی رسانه‌های مختلف به‌صورت گسترده صورت پذیرد.

ب- کمک دولت در کاهش قیمت مصرف‌کننده (یارانه) باید به‌عنوان اهرم مصرفی مدنظر قرار گیرد.

ج- سرانه مصرف لبنیات در حال حاضر حدود ۷۰ تا ۷۵ کیلوگرم است که در سنوات گذشته ۹۰ تا ۱۰۰ کیلوگرم بوده است.

نقش صنایع لبنی در اقتصاد ایران

صنایع لبنی نقش مهمی در اقتصاد کلان ایران دارد؛ چون با توجه به اهمیت این صنعت در زنجیره تامین لبنیات، از جمله کشاورزی و دامداری، انبارداری، تولید، پخش و حمل‌ونقل و... اشتغال‌زایی بالایی می‌تواند ایجاد کند. در تمامی جهان صنعت لبنیات یکی از مهم‌ترین صنایع غذایی منظور می‌شود (به دلیل میزان مصرف انواع فرآورده‌های لبنی)، از این رو اهمیت آن در اقتصاد جهان کم نیست و در اقتصاد کلان ایران هم همین‌طور است، ضمن اینکه در مورد افزایش تولید شیر در کشور علاوه بر مدیریت افزایش مصرف لبنیات در کشور می‌توان بر صادرات انواع محصولات لبنی نیز تمرکز کرد، بنابراین لازم است در خصوص این صنعت و رشد آن در کشور توجه ویژه صورت گیرد. از سوی دیگر سال‌هاست که بر صادرات غیرنفتی تاکید می‌شود ولی ایجاد شرایط برای این توسعه بسیار مهم است که در صنعت لبنیات ایجاد زیرساخت‌های مناسب چه در تامین نهاده‌های دامی، چه ایجاد و توسعه دامداری‌های مکانیزه و چه به‌کارگیری تجهیزات و تاسیسات و ماشین‌آلات مناسب تولید لبنیات و در نهایت استفاده از تکنولوژی روز، بسته‌بندی که بتواند پوشش‌های باکیفیت و با قیمت مناسب و بسته‌بندی رقابتی ارائه کند که امکان رقابت چه با کشورهای منطقه‌ای مانند ترکیه و... به وجود می‌آورد، اثر قابل توجهی در توسعه صادرات فرآورده‌های لبنی ایجاد خواهد کرد.

نقش قیمت‌گذاری دستوری در صنایع لبنی

در حوزه سیاست‌گذاری نیز لازم است تمهیداتی برای توسعه صنعت لبنیات اندیشیده شود. در حال حاضر توســعه صورت‌گرفته در بخش دولتی و خصوصی در خصوص تولید محصولات متنوع لبنی در وضعیت فعلی مصرف مناســب بوده است و رشد و توسعه در این مورد باید با رشد و توسعه بازارهای داخلی و خارجی همراه باشــد، در حال حاضر ظرفیت اغلب شــرکت‌های تولیدی در این بخش بدون استفاده مانده است. از چالش‌های دیگری که در این حوزه باید به آن اشاره شود قیمت‌گذاری دستوری اســت. در صنعت لبنیات قیمت‌گذاری دستوری دولت باعث شده است که بعضاً توسعه این صنعت با چالش روبه‌رو شود و متاسفانه تاکید بر مدیریت قیمت‌ها بدون در نظر گرفتن هزینه‌ها موجب شده است که هم کیفیت محصولات تولیدی دستخوش تغییر شود و هم رشد و توسعه صنعت با مشکل مواجه شود، پیشنهاد اقتصاد برمبنای عرضه و تقاضا می‌تواند در این بخش اثر مثبتی ایجاد کند.

مهدی علیمردانی
مدیرعامل مجموعه ۲۰۲

سم تولید

چرا تامین مواد اولیه برای صنایع غذایی با دشواری مواجه است؟

موانع تامین مواد اولیه می‌تواند مشکلات جدی و متعددی برای صنایع غذایی به وجود بیاورد. این مشکلات می‌توانند به تولید، کیفیت و حتی سودآوری این صنایع آسیب برسانند. در رابطه با بحث تامین مواد اولیه در ایران باید گفت مهم‌ترین مشکلی که وجود دارد بحث تغییرات و نوسانات شدید قیمت مواد اولیه مخصوصاً در صنعت فرآورده‌های گوشتی است. به واسطه اینکه کشور ما در منطقه خشکی است، بخشی از نیاز کشور از طریق واردات انجام می‌شود و واردات عمدتاً به صورت گوشت منجمد است و گوشت منجمد نیز عمدتاً مورد مصرف کارخانه‌ها یا مصارف عمده رستوران‌هاست و زمانی که قوانین به صورت خلق‌الساعه تغییر می‌کند، هیچ پیش‌بینی‌پذیری برای واردات ممکن نیست.

حداقل می‌توان گفت در یک سال گذشته متاسفانه وزارت جهاد کشاورزی و وزارت صمت به دلیل تغییر مستمر برنامه‌هایی که داشتند و برنامه‌های مختلفی که ارائه کردند و تغییرات مکرری که در قوانین داشتند باعث شدند که نوسان شدیدی در قیمت مواد اولیه به وجود بیاید. این به اصطلاح دستکاری که بخش‌های ذی‌ربط در اقتصاد می‌کنند و اکوسیستم اقتصاد را بر هم می‌زنند، به این معنی است که شما برای یک کالای وارداتی باید از هشت ماه قبل برنامه‌ریزی کنید، تامین‌کننده خود را پیدا کنید و بعد از آن قیمت بگیرید و اقدام به ثبت سفارش کنید؛ با بررسی‌های انجام‌شده، مشخص شده که این فرآیند از آغاز تا زمانی که مواد اولیه وارد کشور شود به هشت ماه رسیده است و حتی گاهی ممکن است بیشتر هم بشود و تغییر پیدا کند و هرچه زمان بیشتر شود، طبیعتاً تاثیر بیشتری روی قیمت می‌گذارد. در این میان باید این نکته را یادآور شد که حدود ۵۰ درصد از تقصیر این موضوع متوجه بانک مرکزی است، چرا که بانک مرکزی هیچ همکاری با واردات کشور انجام نمی‌دهد و در حال حاضر گاهی چهار ماه طول می‌کشد تا دستگاه‌های مربوطه مانند جهاد کشاورزی، وزارت صمت و... تاییدیه‌های لازم را داده و تازه فقط تیک سیستمی تخصیص ارز را بدهند و این پروسه طولانی باعث می‌شود برخی از کالاهای فسادپذیر در گمرک فاسد شوند. نمونه این اتفاقات هم کم نیست، در سال گذشته روغن در گمرک فقط به دلیل عدم همکاری بانک مرکزی برای تامین ارز فاسد شد و با اینکه بارها اعلام کرده ارز کافی را موجود داریم، اما زمانی که می‌خواهد یک تیک سیستمی بدهد این کار را انجام نمی‌دهد. در این فرآیند سخت چه اتفاقی می‌افتد؟ فساد به وجود می‌آید، خیلی از واسطه‌ها در بازار از شما ارقامی می‌خواهند تا این تیک را زودتر به شما بدهند. هرچه مقررات سخت‌تر شود فساد و رانت بیشتر می‌شود، چون به طور کلی این فیلترها به معنای رانت و فساد است.

آنچه بیش از هر چیز دیگری لازمه رفع دشواری تامین مواد اولیه برای صنایع و به طور خاص صنعت غذاست، اقتصاد و تجارت آزاد است، تا هر کسی با هر امکاناتی که دارد، بتواند وارد آن شود. حال در این اقتصاد ممکن است گاهی عرضه بیشتر و گاهی کمتر شود و این خاصیت اقتصاد است، اما در ایران دولتمردان با دستکاری اقتصاد همیشه باعث شدند برنامه‌های اقتصادی به هم بریزد و از تعادل خارج شود.

آفتِ قیمت دستوری

قاعدتاً وقتی نتوانیم برای آینده یک تجارت برنامه‌ریزی کنیم، آینده مبهم می‌شود. دولت با این سازوکار پیچیده یک حائل میان تولیدکننده/صادرکننده/فعال اقتصادی/سرمایه‌گذار و آینده می‌گذارد و شما نمی‌دانید در پس پرده اقتصاد چه می‌گذرد تا بر اساس آن برنامه‌ریزی کنید. چیزی که پیش‌بینی‌پذیری ندارد برنامه‌ریزی هم ندارد. موضوع دیگری که مسئله مهمی است و بسیاری از اقتصاددانان و فعالان اقتصادی هم به آن اشاره می‌کنند اما متاسفانه گوش شنوایی برایش وجود ندارد، بحث نرخ دستوری است. قیمت دستوری که روی اقلام و کالاها می‌گذارند بسیار مشکل‌زاست. چطور؟ برای مثال تولیدکننده برای توسعه واحد تولیدی یا صنعتی خود نیاز به خرید زمین صنعتی و خرید ماشین‌آلات و... دارد و این بازارها حتی از ارز آزاد هم پیشی گرفته‌اند؛ یک تولیدکننده وقتی محصول خود را با نرخ دستوری عرضه می‌کند چطور خواهد توانست واحد خود را توسعه دهد؟ اصلاً منطقی نیست. میزان سوددهی واحدهای تولیدی امکان توسعه را به آنها نمی‌دهد و باعث شده الان بدترین شرایط را در تولید داشته باشیم. نگاهی به بازار سرمایه به عنوان آینه تمام‌نمای تولید کشور وضعیت را مشخص می‌کند. وقتی به بازار سرمایه توجهی نمی‌شود، کارخانه‌ها سوددهی ندارند، حاشیه سود شرکت‌ها به شدت کاهش یافته و پول‌ها به سمت بازار سرمایه نمی‌رود، همه چیز را در تولید نیز مشخص می‌کند و نیازی به گفتن نیست. بورس ایران، ما را متوجه وضعیت اقتصادی ایران و میزان توجه دولت به تولید خواهد کرد.

تا قیمت دستوری داشته باشیم، میزان سرمایه‌گذاری متناسب نیست. در حال حاضر حجم نقدینگی به کدام بازارها می‌رود؟ مردم راه خود را یاد گرفته‌اند، سرمایه‌گذاران در چند دهه گذشته متوجه شده‌اند که حوزه تولید حوزه جذابی نیست و سرمایه خود را به سمت تولید نمی‌آورند. ما یکی از بدترین نسبت‌های حداقل حقوق با مسکن را داریم و چرا این اتفاق افتاده است؟ سرمایه‌گذاران وقتی می‌بینند تولید بازدهی لازم را ندارد، سرمایه خود را به سمت مسکن می‌برند، بازاری که مولد نیست و عملاً احتکار است. اگر تولید، بازدهی لازم را می‌داشت سرمایه به صورت خودکار به این سمت می‌آمد و نیازی به کسی هم نبود تا سرمایه را هدایت کند. اما امروز می‌بینیم که ارزش برخی از کارخانه‌ها در بازار سرمایه با یک ساختمان در تهران برابری می‌کند. وقتی سرمایه‌گذار این وضعیت را می‌بیند، چرا باید وارد تولید شود؟ تولید توجیهی ندارد که بخواهد وارد شود. من مطمئنم که اگر دولتمردان دست از سر تولید بردارند و آن را رها کنند، سرمایه‌گذاران از همه بخش‌های جامعه سرمایه خود را به سمت تولید خواهند آورد، چون تولید در اقتصاد آزاد سوددهی بیشتری خواهد داشت.

به طور کلی وضعیت تولید، وضعیت خوبی نیست. برای بهبود حال تولید، سیاست‌گذاران باید به چند نکته توجه کنند. یکی از این نکات بحث مقررات‌زدایی است، مقررات باید ساده شود و از مقررات پیچیده و دستورالعمل‌های خلق‌الساعه‌ای که هر ۲۴ ساعت عوض می‌شوند باید خودداری شود و دولت باید با بخش خصوصی برای تغییر مقررات مشورت کند. قیمت دستوری باید برداشته شود. قیمت دستوری برای تولید سم خالص است و این موضوع مهم‌ترین اولویت در رفع مشکلات تولید است. باید بگذارند اقتصاد باز باشد. ممکن است یک صنعت در این میان برای یک برهه سود خوب ببرد، باید بگذارند ببرد. این باعث می‌شود سرمایه‌ها به آن قسمت سرازیر شود و میزان تولید افزایش پیدا کند و فضا رقابتی شود و این پروسه کیفیت و کمیت را بهبود می‌بخشد. برای مثال، اگر قیمت دستوری را از خودروسازی بردارند و این صنعت خیلی سودده باشد، بلافاصله جریان پول به سمت سرمایه‌گذاری در تولید خودرو می‌رود و میزان تولید افزایش پیدا می‌کند و عرضه و تقاضا برابر می‌شود و کیفیت نیز ارتقا می‌یابد.

امیررضا ثابت‌پی
رئیس هیات‌مدیره فدراسیون تشکل‌های صنایع غذایی و کشاورزی ایران

پنالتی به تولیدکنندگان

چگونه می‌توان دست‌اندازهای تامین مواد اولیه صنایع غذایی را برطرف کرد؟

مواد اولیه در صنایع غذایی نقش بسیار مهم و حیاتی دارند و به عنوان پایه و اساس تولید محصولات غذایی شناخته می‌شوند. اهمیت این مواد در چندین جنبه مختلف قابل بررسی است، از این جمله می‌توان به کیفیت محصول نهایی، ایمنی غذایی، طعم و مزه، تطابق با استانداردها، هزینه تولید، پایداری و محیط زیست و تامین مواد اولیه اشاره کرد. دسترسی به منابع قابل اطمینان و پایدار مواد اولیه نیز بسیار مهم است. قطع یا کاهش تامین مواد اولیه می‌تواند به توقف تولید و زیان‌های مالی جدی منجر شود. به‌طور کلی، انتخاب صحیح و مدیریت مواد اولیه در صنایع غذایی برای حفظ کیفیت، ایمنی، و پایداری محصولات از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

اما داستان در ایران کمی پیچیده‌تر است. به منظور بررسی دشواری تامین مواد اولیه در بخش صنعت غذا در ابتدا باید مواد اولیه صنعت غذا را به دو بخش تقسیم کرد، بخشی که درون ایران تولید می‌شود و بخشی که وارداتی است. در موضوع مواد اولیه وارداتی از جمله انواع مواد افزودنی که درون محصولات غذایی استفاده می‌شود، مانند فرآورده‌های گوشتی، سس‌ها، استابلایزرها، مواد نگهدارنده، قوام‌دهنده‌ها، دوام‌دهنده‌ها و به‌طور کلی آنهایی که در محصولات مختلف صنایع غذایی وارداتی است مشکل نوسان قیمت ارز دارد و این موضوعی بسیار جدی در این بخش است. نوسانات نرخ ارز باعث می‌شود برنامه‌ریزی‌ها در واحدهای تولیدی به سختی انجام شود و این موضوع واحدهای تولیدی را به دست‌انداز می‌اندازد و بسیار حائز اهمیت است.

در مورد محصولات کشاورزی که در داخل کشور تولید می‌شود موضوعات مقداری راحت‌تر است اما برخی از سیاست‌های دولت تاثیراتی روی تولید داخل نیز می‌گذارد. زمانی که صادرات برخی از محصولات آزاد می‌شود حجم زیادی از محصولات به خارج از کشور صادر می‌شود و این موضوع تاثیرات قیمتی بر بازار داخلی می‌گذارد و در نتیجه واحدهای تولیدی برای اینکه بتوانند محصول مورد نیاز خود را از سطح عرضه تهیه کنند با یک نوسان قیمتی مواجه می‌شوند و مشکلاتی در این عرصه برای آنها به وجود می‌آید که نمی‌توانند دقیق برنامه‌ریزی کنند، اما اگر از ابتدا میزان حجم تولید با نوسانی حدوداً ۱۰درصدی دیده شود و میزان حجم صادرات پیش‌بینی شود تا به تولید داخلی ضربه نخورد، این موضوع می‌تواند برنامه‌ریزی تولید برای تولیدکنندگان را هموار کند. این مشکل مبتلابه محصولات کشاورزی و محصولات تبدیلی است، مثلاً گوجه فرنگی را تبدیل به رب می‌کنند و به یکباره از صادرات رب جلوگیری می‌کنند، به دلیل اینکه رب گوجه فرنگی خود مواد اولیه در برخی صنایع دیگر است و به این ترتیب کسی که برای خود تعهدات صادراتی در این محصول ایجاد کرده تحت تاثیر تصمیمات خلق‌الساعه و یک‌شبه قرار می‌گیرد. به این ترتیب تاثیرات منفی متوجه صادرکننده و تولیدکننده خواهد بود، برای صادرکننده باعث می‌شود بازار صادراتی خود را از دست دهد و برای تولیدکننده که ماده اولیه کشاورزی یا صنایع تبدیلی است از درون به مشکل می‌خورد.

وقتی که صادرات باز می‌شود عده‌ای برای خود تعهدات صادراتی ایجاد می‌کنند و با بستن یک‌شبه راه صادرات این افراد دچار یکسری نابسامانی در تعهدات خود می‌شوند و قطعاً کشورهای واردکننده پنالتی‌هایی می‌زنند که زیان زیادی دارد و گریبان صادرکنندگان را می‌گیرد. اما چطور باید این موانع را رفع کرد؟ این موضوع تا حدود زیادی به برنامه‌ریزی صحیح وزارتخانه‌های ذی‌ربط برمی‌گردد. برنامه‌ریزی‌ها در این حوزه باید به صورتی باشد که هم تولیدکننده محصولات کشاورزی و هم تولیدکنندگان صنایع غذا و صنعت تکمیلی و تبدیلی کشاورزی بتوانند با یک برنامه‌ریزی که از سمت دولت انجام می‌شود تولیدات خود را انجام دهند و مشکلات خود را حل کنند که متاسفانه در حال حاضر این عدم برنامه‌ریزی به شدت احساس می‌شود. صادرات مرغ آزاد است، قیمت به یک صورت است و وقتی صادرات را ممنوع می‌کنند قیمت یک جور دیگر است، بعد وقتی همین محصول را وارد می‌کنند، قیمت چیز دیگری است، و این داستان فقط محدود به مرغ نیست، گوجه به همین شکل و محصولات تبدیلی هم همین گونه است. یعنی موضوع صادرات و باز کردن و بستن یک‌شبه صادرات، عدم تطبیق و عدم برنامه‌ریزی صحیح بزرگ‌ترین چالش صنایع غذایی در موضوع تامین مواد اولیه است.

موضوع دیگری که مقداری از زمان آن گذشته و دو سال است که این اتفاق افتاده این است که دولت ارز ۴۲۰۰تومانی را از روی برخی از اقلام ضروری واحدهای تولیدی برداشته، به این معنا که کلاً از محصولاتی مانند روغن، شکر، آرد، نان و... ارز ترجیحی برداشته شد، در نتیجه چه اتفاقی افتاد؟ ما با تاکید فراوان می‌گفتیم و همچنان هم می‌گوییم که ارز باید تک‌نرخی شود، ارز ۴۲۰۰تومانی یا ۲۸ هزار و ۵۰۰تومانی بانک مرکزی و... باید برداشته شود و همه یک نرخ شوند تا بتوانیم برنامه‌ریزی را به صورت صحیح و دقیق انجام دهیم ولی در این موضوع اگر دقت کنیم می‌بینیم که نرخ ۴۲۰۰تومانی را به ۲۸۵۰۰ تومان رساندند اما فکر سرمایه در گردش واحدهای تولیدی را نکردند و سرمایه در گردش یک واحد تولیدی در موضوع تامین نرخ آرد یا شکر یا روغن چندین برابر شد، ولی دولت فکری برای این واحدهای تولیدی نکرد و بسیاری از این واحدها به بانک‌ها رجوع کردند و از بانک‌ها هم پاسخ درستی نگرفتند و پولی نداشتند که بدهند و این اتفاق ناگوار افتاد که بسیاری از واحدها نتوانستند مواد اولیه خود را تامین کنند، بانک‌ها هم اعتبار ندادند و سرمایه در گردش به مشکل خورد و متاسفانه تولیدکننده‌ها درگیر تهیه پول خود از بازار ربا شدند و خیلی از واحدهای کوچک ما به مشکل خوردند و این هم یکی از ایراداتی بود که در داستان تامین مواد اولیه برای واحدهای تولیدی به وجود آمد.

امیدوار که هیچ ما تمام فکر و ذهنمان دولت جدید است و کاملاً امیدواریم که دست‌کم دولت جدید بیاید و این موضوعات را حل کند و شدیداً امیدواریم دولتی که به زودی می‌آید قطعاً به موضوعات اقتصادی نگاه ویژه‌تری داشته باشد و با توجه به اینکه دغدغه نظامی هم تقریباً مرتفع شده است امید داریم دولتمردانی که در دولت چهاردهم بر سر کار می‌آیند نگاهشان فقط به مسائل اقتصادی باشد و چنانچه با نگاه ویژه اقتصادی سیاست‌های خود را پیش ببرند اتفاقات خیلی خوبی برای صنعت، تولید و صنایع غذایی خواهد افتاد. ما در این سال‌ها اشتباه می‌کردیم. تمامی دولت‌ها در دنیا سیاست‌هایشان اقتصادی است و هر کاری می‌کنند و هر سیاستی تدوین می‌کنند با موضوع اقتصادی است، به این معنی که فقط نفع مالی خود را در نظر می‌گیرند اما در جمهوری اسلامی اشتباهی که در این سال‌ها رخ داده این است که سیاستمان که اقتصادی نیست هیچ اقتصادمان هم سیاسی است، یعنی آنهایی که تصمیمات اقتصادی می‌گیرند موضوعات سیاسی را می‌بینند که اصلاً نفعی در آن نمی‌شود متصور شد و موضوع بیشتر سیاسی است و موضوع سیاسی هم ما را به نفع اقتصادی نمی‌رساند، اما شدیداً، شدیداً و شدیداً امیدوارم دولت چهاردهم به سمت اقتصاد پیش برود و آینده امیدوارکننده و روشنی برای جمهوری اسلامی متصورم.

مسعود بختیاری
رئیس سندیکای صنایع کنسرو ایران

دیوارهای داخلی

شوک‌های ارزی چگونه صنعت بسته‌بندی را گرفتار کرد؟

صنایع غذایی همواره نقش بسیار مهم و تعیین‌کننده‌ای در اقتصاد کشور ایفا کرده است. در این میان صنایع تبدیلی، به‌ویژه صنایع کنسرو، با پیشگیری از هدررفت و دورریز محصولات کشاورزی و افزایش ماندگاری غذا، در تامین امنیت غذایی کشور، بسیار حائز اهمیت هستند.

این صنایع، جدا از اشتغال‌زایی مستقیم قابل توجه، به صورت غیرمستقیم نیز مشاغل زیادی را ایجاد و پشتیبانی می‌کند. در واقع معیشت بخش وسیعی از قشر کشاورز و جامعه صیادی، به کنسروسازی گره خورده است.

همچنین محصولات کنسروی، ارزآوری قابل توجهی برای کشور به ارمغان می‌آورند که از مهم‌ترین آنها می‌توان به رب گوجه فرنگی اشاره کرد.

اما شوربختانه در سال‌های گذشته این صنعت دچار آسیب‌های زیادی شده است. اگر بخواهیم به بررسی چالش‌های متعدد مرتبط با صنایع غذایی و به‌طور ویژه صنعت کنسرو بپردازیم بسیار زمان‌بر خواهد بود. مشکلات این صنعت آنقدر زیاد و مربوط به حوزه‌های مختلف است که نمی‌توان در قالب یک یادداشت به آن پرداخت. با این حال در مقدمه‌ای کوتاه به این چالش‌ها و مشکلات اشاره می‌کنیم

شاید مجموعه مشکلات را بتوانیم به چند دسته تقسیم کنیم که تامین مواد اولیه از مهم‌ترین و بزرگ‌ترین مشکلات امروزه صنعت کنسرو به‌شمار می‌رود. به‌طور ویژه در صنعت کنسرو ماهی، تامین مهم‌ترین ماده اولیه یعنی ماهی، در حال حاضر در وضعیتی بحرانی قرار دارد. اکنون به پایان فصل صید رسیده‌ایم و با ممنوعیت صید و محدودیت عرضه ماهی داخلی مواجه هستیم و در چنین مواقعی باید از طریق واردات تون‌ماهیان، خلأ کمبود مواد اولیه را پوشش دهیم. شوربختانه در این زمینه نه‌تنها دولت همراهی نمی‌کند، بلکه وقفه و اخلال هم در انجام این کار ایجاد می‌کند. به نظر می‌رسد که این مشکلات ناشی از نبود یا کمبود شدید ارز است که سبب می‌شود به بهانه‌های مختلف دست‌انداز ایجاد کنند. در این زمینه آنقدر چالش و گلوگاه ایجاد می‌کنند که عملاً امکان واردات مهیا نیست. شرایط تحریم در میزان واردات تون‌ماهیان اثر گذاشته، به‌طوری که حدود شش سال پیش واردات ماهی تون بین ۴۰ تا ۵۰ هزار تن بود که به چیزی حدود ۲۰ هزار تن در سال گذشته رسیده است.

اکنون وزارت جهاد کشاورزی ثبت سفارش‌های واردات را سیستمی کرده که این اقدام بسیار خوبی است و سبب شفافیت و یکنواختی در انجام کار می‌شود. از طرفی این سیستمی‌سازی در ثبت سفارش‌ها، می‌تواند از اعمال سلیقه‌های احتمالی پیشگیری کرده و از رانت، تبعیض و فساد جلوگیری کند. بنابراین نمی‌توان نکات مثبت سیستمی‌سازی را نادیده گرفت اما قرار نیست سیستمی‌سازی ثبت سفارش‌ها به معنای توقف در روند واردات باشد. اکنون به بهانه سیستمی کردن واردات، عملاً واردات تون‌ماهیان را متوقف کرده‌اند.

وقفه در تولید

براساس اطلاعات به‌دست‌آمده، اکنون چیزی حدود چهار هزار تن ماهی تون به بنادر ما رسیده است که همه آنها از سوی سازمان دامپزشکی نمونه‌برداری شده، تحت آزمایش‌های لازم قرار گرفته و به تایید رسیده و آماده خروج هستند، اما به واسطه مشکلاتی که ناشی از نظام بوروکراتیک پیچیده و ناکارآمد دولت است، واردکنندگان ما که عموماً خودشان تولیدکننده هستند نمی‌توانند آنها را از گمرک ترخیص کنند.

این واردکنندگان در شرایط بسیار دشوار و در واقع با دور زدن تحریم‌ها، ماهی را از کشورهای مختلف مانند غنا، جزایر سیشل، چین، هند و... وارد می‌کنند. این ماهی‌ها مستقیماً نمی‌توانند با کانتینرهای اولیه در بندرعباس تخلیه شوند و باید در بندر جبل‌علی در دوبی، کراس استاف شده و کانتینر به کانتینر شوند و از آنجا با کانتینرهای دیگری به مقصد ایران ارسال شوند. این قضیه هزینه بسیار زیادی را به واردکننده تحمیل می‌کند و فرآیند بسیار دشواری دارد. همچنین شرکت‌های کشتیرانی بین‌المللی به دلیل بحث تحریم‌ها و نگرانی از مجازات‌هایی که آمریکا می‌تواند برایشان در نظر بگیرد زیر بار این مسائل نمی‌روند و به سختی این کار را قبول می‌کنند.

با همه این سختی‌ها و مشکلات، تولیدکنندگان ما به واسطه تخصص، تجربه و اعتباری که کسب کرده‌اند، با دور زدن تحریم‌ها ماهی‌ها را خریداری و حمل کرده، در بندر جبل‌علی کانتینر به کانتینر کرده و وارد بندرعباس کرده‌اند. این روند به دلایل مختلف (همان‌طور که پیشتر عرض کردم مهم‌ترین دلیل بحث تحریم‌هاست) و از جمله الزاماتی که تولیدکنندگان ناگزیر هستند به آنها تن دهند، به درازا کشید. از طرفی چندی پیش شرایط طوفانی و سیل کم‌سابقه‌ای در دوبی رخ داد که همه اینها سبب شد این روند با تاخیر مواجه شود و زمانی که این ماهی‌ها رسیدند، دیگر مهلت ثبت‌سفارش‌شان گذشته بود. معمولاً روال به این صورت است که وزارت جهاد کشاورزی مهلت ثبت سفارش را تمدید می‌کند که در حال حاضر از انجام این کار خودداری می‌کند.

با محاسبه‌ای سرانگشتی که انجام دادیم، دریافتیم که تولیدکنندگان ما به واسطه هزینه‌های دموراژ یا همان هزینه تاخیر عودت کانتینر، روزانه بیش از دو میلیارد تومان به شرکت‌های کشتیرانی بین‌المللی پول پرداخت می‌کنند که این پول حدود دو ماه است به صورت دلاری در حال پرداخت شدن است و در واقع با این کار داریم ارز را از کشور خارج می‌کنیم. با توجه به فسادپذیری بسیار زیاد ماهی، تولیدکنندگان ما نگران سپری شدن تاریخ انقضای ماهی‌ها هستند، از این‌رو بی‌صبرانه منتظرند که اجازه ترخیص ماهی‌ها به آنها داده شود.

این موضوع دیگر مرتبط با تحریم بین‌المللی نیست، بلکه تحریمی داخلی و خودساخته است که نشان می‌دهد برخی با تولید داخل همراهی نمی‌کنند.

چالش در تامین نقدینگی

همان‌طور که پیشتر اشاره شد تامین مواد اولیه از مهم‌ترین مشکلات ماست. در صنایع غذایی، به‌ویژه صنعت کنسرو و صنایع تبدیلی، ناگزیر به واردات وابسته هستیم. برای مثال در کنسرو لوبیا چیتی، بخشی از لوبیا که ماده اولیه به‌شمار می‌رود در داخل کِشت می‌شود و بخش زیادی از آن باید وارد شود. البته در برخی محصولات، ما بی‌نیاز از واردات مواد اولیه هستیم؛ برای مثال گوجه فرنگی، به وفور در کشور کشت می‌شود و گاهی مقادیر زیادی نیز صادر می‌شود.

حال اگر مواد اولیه وجود داشته باشد و برای دسترسی به آن تولیدکننده با چالش خاصی مواجه نباشد، باز هم مشکلات دیگری وجود دارد. تولیدکنندگان از دیرباز برای تامین سرمایه درگردش و نقدینگی مورد نیاز برای تامین مواد اولیه به تسهیلات شبکه بانکی وابسته بودند که با رویکرد انقباضی بانک مرکزی در این روزها، اساساً استفاده از تسهیلات قفل شده است. از سال ۱۴۰۲ شاهد هستیم که بانک مرکزی و به‌تبع آن شبکه بانکی کشور انقباضی عمل می‌کنند و جدای از انقباضی عمل کردن، شوربختانه در حوزه بهره‌های بانکی زمزمه‌هایی حتی تا ۴۰ درصد هم به گوش می‌رسد. این امر نیز یک دغدغه و چالش جدی است. بنابراین بعد از تامین مواد اولیه، تامین نقدینگی برای خرید مواد اولیه هم یک چالش بزرگ به‌شمار می‌رود.

کمبود سرمایه انسانی

همان‌گونه که مستحضر هستید تولید چند رکن دارد: ماده اولیه، سرمایه، نیروی انسانی و مدیریت. در مورد ماده اولیه و سرمایه مشکلات را عنوان کردیم، اما مشکل بزرگ بعدی ما سرمایه انسانی یا نیروی کار

است. ما در کشور با کمبود نیروی کار مواجه هستیم. اکنون این مسئله نیز به یک بحران جدی تبدیل شـــده و باید برای آن چاره‌ای اندیشیده شود. پیشنهاد ما این است که باید اجازه دهند کارخانه‌های صنایع غذایی برای آنکه بتوانند چرخ تولید خود را بچرخانند از اتباع خارجی استفاده کنند. دلیل اصلی اینکه کسی در داخل کشورمان زیر بار کار کردن در کارخانه‌ها نمی‌رود این اســـت که افزایش حقوق و دستمزد متناسب با رشد تورم نیست و کفاف زندگی افراد را نمی‌دهد. اینجانب به عنوان یک تولیدکننده بسیار خوشحال می‌شوم که افزایش دستمزد نیروی انسانی آنچنان باشد که بتواند تورم کشور را پوشش دهد و انگیزه در آنها به وجود بیاورد که کار مفید و مولد انجام دهند. اکنون افراد، کار در تاکسی‌های اینترنتـــی را به کار کردن در جایی کـــه از صبح تا بعدازظهر درگیر آن هستند و آخر ماه دستمزدی نامتناسب با تورم دریافت می‌کنند، ترجیح می‌دهنـــد. البته من تولیدکننده به‌صورت انفـــرادی نمی‌توانم افزایش دســـتمزد را اعمال کنم، چراکه اگر ایـــن کار را انجام دهم توان رقابتی خود را با ســـایر فعالان آن بخش از دست می‌دهم. بنابراین باید روندی فراگیر تعریف شود که همه به‌طور یکنواخت این افزایش حقوق را اعمال کنند. این دیدگاه بسیاری از فعالان بخش خصوصی است، اما آنچه سبب می‌شود شاهد افزایش حقوق و دستمزد متناسب با تورم نباشیم به دولت برمی‌گردد؛ چراکه دولت بزرگ‌ترین کارفرماست و تصمیم‌گیرنده اصلی، دولت است که نقش اساسی در تصمیمات این حوزه ایفا می‌کند.

بر اســـاس اطلاعات موجود، ظرفیت اسمی ســـالانه کارخانه‌های تولیدکننده کنسرو ماهی در کشور بیش از ۹۰۰ میلیون قوطی کنسرو اســـت که بنابر آمار اعلامی سازمان شیلات ایران در پنج تا شش سال گذشته، سالانه ۵۰۰ تا ۶۰۰ میلیون قوطی کنسرو تولید می‌شده است.

اکنون کارخانه‌های تولیدکننده کنسرو با کمتر از ۵۰ درصد ظرفیت خود فعالیت می‌کنند و برآوردها حاکی از آن است که اکنون بین ۲۵۰ تا ۳۰۰ میلیون قوطی کنسرو ماهی در سال تولید می‌شود که اگر دولت همراهی نکند، چالش‌ها و مشکلات چند برابر افزایش خواهد یافت.

مشکلات کم نیست و اشاره به آنها در این مطلب نمی‌گنجد. محیط کسب‌وکار ما بسیار نامساعد و تیره‌وتار است. اما چالش فراگیر دیگری که صنعت ما از آن در امان نیست و باید به آن اشاره کرد، بحث محدودیت حامل‌های انرژی و برنامه‌های قطعی برق در تابســـتان و قطعی گاز در زمستان است.

اینها بخشی از مسائل و مشکلات ما در حوزه کلان بود. اما در بحث بسته‌بندی هم ما مشکلات زیادی داریم.

صنعت بســـته‌بندی یکی از صنایع مهم و زیربنایی کشور است که تقریباً هیچ صنعتی نیست که به نوعی با آن در ارتباط نباشد. صنعت بســـته‌بندی به‌ویژه زمانی بسیار حائزاهمیت می‌شود که نیم‌نگاهی به بازارهای صادراتی داشـــته باشیم و در این صورت اهمیت بسته‌بندی و چاپ خودنمایی می‌کند.

نیکبختانه در صنعت بسته‌بندی سرمایه‌گذاری خوبی صورت پذیرفته و در این زمینه اقدامات مثبتی انجام شـــده و در بســـیاری از زمینه‌ها تکنولوژی‌های روز دنیا در کشور وارد شده است، اما با این حال در این بخش هم ما با چالش‌های فراوانی مواجه هستیم که ریشه بیشتر آنها به همان بحث تامین ارز برمی‌گردد. جدای از شوک‌های ارزی در کشورمان، در واقع این نبود ارز است که مشکلات را به وجود می‌آورد.

در حقیقت به نظر می‌رسد محدودیت شدید منابع ارزی، مشکلی بنیادین و ریشـــه‌ای اســـت که باید با تغییر ریل و کوشش برای رفع تخاصمـــات و تعارضـــات منطقـــه‌ای و بین‌المللی و برقراری تعاملات سازنده با دنیا، برای آن چاره‌جویی کرد.

در صنعت کنسرو وقتی نام بسته‌بندی به میان می‌آید اولین چیزی که به ذهن متبادر می‌شـــود قوطـــی و درب قوطی است. قوطی‌ســـازی و درب‌سازی نیز به نوعی به واردات وابســـته هستند. برای ساخت قوطی‌هایی که در صنایع کنسرو کاربرد دارد ما از ورق‌های خاصی استفاده می‌کنیم که باید با ضخامت‌های بسیار نازکی ساخته شوند تا بتوان در صنعت قوطی و درب‌سازی از آنها استفاده کرد. بخشـــی از این ورق‌ها، از جمله ورق‌های تین‌پلیت، در کشورمان مثلاً در شرکت فولاد مبارکه اصفهان تولید می‌شود، که معمولاً ضخیم‌تر از آن چیزی است که در قوطی‌سازی استفاده می‌شود.

بنابراین با توجه به اینکه تولید ورق با مشـــخصات اســـتاندارد مورد نیاز در صنعت کنســـرو محدود بوده و به هیچ عنوان پاســـخگوی نیاز کشـــور نیست، کارخانه‌های قوطی‌ســـازی و درب‌سازی باید بـــا دور زدن تحریم‌ها، اقدام به وارد کردن این ورق‌ها از کشورهای مختلف و غالباً از ژاپن و چین کنند. از آنجا که این ورق‌ها جزو محصولات فولادی محسوب می‌شوند، حساسیت بیشتری روی آنها وجود دارد و تحت تحریم‌های شدید قرار دارند. قوطی‌سازان با شرایط بسیار دشوار و پیچیده و در بازه زمانی درازمدت باید این ورق‌ها را به کشـــور وارد کنند؛ این در حالی اســـت که فرآیند ساخت ورق در کارخانه‌هـــای ســـازنده، حدود چهار تا پنج ماه زمان می‌بـــرد و یک ماه نیز روند حمل‌ونقل به درازا می‌کشـــد. این در شرایطی اســـت که از بهمن‌ماه سال گذشته حرکت ثبت سفارش‌ها کند شده و الان به جایی رســـیده‌ایم که در دو ماه گذشته هیچ ثبت سفارشی انجام نشده اســـت. در نتیجه تا چند ماه آینده ورقی در کشور وجود ندارد که بخواهیم با آن قوطـــی تولید کنیم و بـــه دنبال آن نیز تولید کنسرو داشته باشیم. این موضوع نگرانی‌های زیادی را بـــرای ما به وجود آورده است.

از بحـــث ورق‌های مورد نیـــاز برای کنسروســـازی هم که بگذریم، ما برای پوشش دادن این ورق‌ها به لاک فودگرید ویژه‌ای نیاز داریم. تامین لاک مورد نیاز برای این ورق‌ها نیز به‌شدت به واردات وابسته است.

در قوطی‌ســـازی شـــاید بتوان به صورت ترکیبی هم از لاک تولید داخل و هم از لاک وارداتی اســـتفاده کرد؛ اما برای پوشش ورق جهت تولید درب آسان‌بازشو، حتماً لاک وارداتی لازم است. برای آنکه ضریب اطمینان برای سلامت محصولی که قرار است دو سال در قوطی بماند افزایش پیدا کند از بهترین لاک برای درب ایزی اوپن استفاده می‌شود. تا جایی که من اطلاع دارم، دست‌کم از دی‌ماه سال گذشته هیچ تخصیص ارزی برای لاک مورد نیاز قوطی‌ســـازی و درب‌سازی صورت نپذیرفته است و اگر این لاک وارد نشود، نگرانی کمبود قوطی و درب در آینده‌ای نه‌چندان دور، بسیار جدی به نظر می‌رسد.

محدودیت واردات تکنولوژی روز دنیا

یکی از کارخانه‌های قوطی‌سازی خوب و مطرح در کشورمان، برای تکمیل روند تولید خود، از آبان‌ماه سال گذشته در تلاش است که یک دستگاه چاپ وارد کند. مبلغ این دستگاه چیزی حدود ۳۰۰ هزار دلار است که مبلغ عجیبی هم نیست. اما تا این لحظه موفق نشده‌اند ثبت سفارش انجام دهند.

موجبات نگرانی بیشتر، زمانی فراهم می‌شود که بدانیم ما در حجم انبوه درب وارد کشـــورمان می‌کنیم. یعنی حاضر هستیم برای واردات درب دلار تخصیص دهیم ولی برای وارد کردن تجهیزات و ماشین‌آلات درب‌سازی، ارزی تخصیص داده نمی‌شـــود. این در حالی است که در کشور ما هزینه‌های سنگینی صورت پذیرفته و کارخانه‌های بسیار خوبی، مجهز به تکنولوژی روز دنیا تاسیس شده است که کشور را از واردات درب بی‌نیاز کنند. البته اســـتفاده از اهرم واردات برای ارتقای کیفیت و کنترل قیمت درب ساخت داخل، چنانچه هدفمند و برنامه‌ریزی‌شده صورت پذیرد، می‌تواند مفید باشد.

ما به عنوان یک تشکل ملی، باید جدای از پیگیری منافع اعضا، نگاه کلان ملی نیز داشـــته باشیم و باید تعادل و توازن منطقی بین این دو وظیفه ایجاد کنیم.

همان‌گونه که پیشتر هم اشاره شـــد بسیاری از مشکلات صنعت کنســـرو به‌ویژه در مبحث تامین مـــواد اولیه، ناشـــی از تحریم‌های بین‌المللی است، ولی عدم مدیریت صحیح، نبود برنامه‌ریزی دقیق و بعضاً بی‌تدبیری تصمیم‌گیران و مسئولان را نیز نمی‌توان در ایجاد مشکلات روزافزون صنعت غذای کشور، نادیده گرفت.

سخن پایانی

مجموع عواملی که به آنها اشـــاره شد بسیار نگران‌کننده است و ما هشدار می‌دهیم که باید هرچه زودتر و بدون تعلل برای آنها چاره‌اندیشی شود. اگر با همین دست‌فرمان پیش برویم سال ۱۴۰۳ سالی سوخته خواهد بود.

در پایان یادآوری این نکته نیز ضروری است که ما تولیدکنندگان به این وطن عشق می‌ورزیم و تا آخرین توان مسئولانه پای آن می‌ایستیم و برخلاف همه دشواری‌ها، هرگز خستگی و ناامیدی به خود راه نمی‌دهیم.

وظیفه تشکلی ما نیز ایجاب می‌کند که مسائل و مشکلات را شفاف و صریح بیان کنیم و در عین حال، اعضای خود را تشویق کنیم تا خدایی ناکرده خسته نشوند و با همه سختی‌ها و ناملایمات پیش‌رو، به مسیر تولید ادامه دهند.

علیرضا مناقبی
رئیس مجمع عالی واردات

ناتوانی در برنامه‌ریزی

دولت باید چه اقداماتی برای توسعه صنعت غذایی انجام دهد؟

وجود تـــورم و تغییرات مـــداوم در قوانیـــن اقتصادی-تجاری، اثر نامطلوبی بر توان برنامه‌ریزی بلندمدت و میان‌مدت در صنعت غذایی داشته است. واقعیت این است که به هیچ وجه نمی‌شود برنامه‌ریزی کرد؛ چطور یک صنعتگر تا زمانی که تورم بر جامعه حاکم است و نرخ‌های مختلف در جامعه در حال حرکت است می‌تواند برنامه‌ریزی کند؟ اگر این موضوع را هم کنار بگذاریم بخشنامه‌ها، دستورالعمل‌ها و همچنین قوانین خلق‌الســـاعه مانع برنامه‌ریزی تولیدکنندگان می‌شود. برای مثال وقتی که یک‌شبه صادرات کالا ممنوع می‌شود تمام برنامه‌ریزی‌های تولیدکننده به هم می‌ریزد و دچار ضرر و زیان می‌شـــود. اگر این فرد بخواهد کالای صادراتی را که تولید کرده در داخل کشور توزیع کند باز هم با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو خواهد شـــد، زیرا قانون‌گذار معتقد است که این کار خلاف قانون است که کالایی را که برچســـب صادراتی دارد در داخل کشور عرضه کند. به‌طور کلی باید گفت که با این عدم ثباتی که در جامعه حکمفرماست تولیدکننده هیچ‌گاه نمی‌تواند یک تحلیل درست برای ادامه کارش داشته باشد و به همین خاطر به مشکلات مختلفی برمی‌خورد که غیرقابل جبران است. اگر واقع‌بینانه نگاه کنیم واحدهایی که مشغول کار هستند معمولاً با ظرفیت پایینی کار می‌کنند و ما اندک واحدی می‌بینیم که با ظرفیت کامل کار کند.

چالش‌های صنعت غذایی

یکی از مهم‌ترین چالش‌های صنعت، به‌خصوص صنعت غذایی کشور این است که امیدی به آینده وجود ندارد. زمانی که فرد امیدی به آینده نداشته باشد بالطبع تمایلی هم برای سرمایه‌گذاری نخواهد داشت و پویایی خود را از دست می‌دهد.

یکی دیگر از چالش‌های صنعت غذایی کشور این است که این صنعت دیگر رقیبی ندارد. زمانی که رقابت از بین می‌رود خلاقیت و پویایی هم از بین می‌رود زیرا در رقابت است که هر صنعتی یا هر صنفی می‌تواند شکوفا شود و خودش را مطرح کند. صنعت شیرینی و شـــکلات را در نظر بگیرید؛ تا زمانی که در واردات کشور باز بود صنعت شـــیرینی و شکلات شکوفا شد و هر روز ما شاهد پیشرفت در این بخش از صنعت غذایی بودیم. اما امروز را ببینید که درهای واردات برخی کالاها بســـته است: آیا در شرایط فعلی کسی آبمیوه وارد کشور می‌کند؟ خیر، چون آبمیوه‌ای که در کشور تولید می‌شود نیاز کشـــور را برطرف می‌کند و مصرف‌کننده هم از همان آبمیوه استفاده‌می‌کند.

این مثال را به این خاطر آوردم که به این نتیجه برســـم که اگر بـــازار رقابت را از هر تولیدکننده‌ای بگیریم و حس آن تولیدکننده این باشد که خودش است و خودش، قطعاً لطمات جبران‌ناپذیری به آن تولیدکننده وارد کرده‌ایم زیرا دیگر آن تولیدکننده نمی‌تواند پویا باشـــد. تولیدکننده با خودش می‌گوید مردم مجبور هســـتند از این اســـتفاده کالا اســـتفاده کنند (قیمت‌گـــذاری دســـتوری هم عامل مهمی اســـت) پـــس فکـــر می‌کند هرچیزی را که تولید کند می‌تواند در بازار به فروش برساند؛ غافل از اینکه هر کالایی تولید کند با مشکلاتی در زمینه فروش مواجه خواهد شد.

چالش دیگر در این حوزه این است که چون جیب مردم کوچک شده قطعاً خرید آنها هم کاهش پیدا کرده است و این موضوع به کل صنعت غذایی کشور لطمه می‌زند، زیرا مردم به‌طور مداوم با صنعت غذایی در ارتباط هستند اما توان خریـــد ندارند. این موضوع باعث شده است که صنعت غذایی کشور به جای اینکه شکوفا شود و خودش را در عرصه‌هایی غیر از عرصه داخلی مطرح کند؛ روزبه‌روز کوچک‌تر از گذشته شود و حضورش در بازارهای خارج از ایران کمرنگ‌تر شود.

قیمت‌گذاری دستوری

دولت یا هرکسی که قیمت‌گذاری دســـتوری را تعیین می‌کند براساس تفکرات خود قیمت می‌گذارد غافل از اینکه در بخش تولید و تجارت یکسری هزینه‌ها نهفته است که دیده نمی‌شود. علاوه بر این، مشـــکلات عدیده‌ای در مورد بحث وام‌هایی که افراد می‌گیرند، بهره‌هایی که باید بدهند و درگیری‌های مالی که ایجاد می‌شود وجود دارد. این نکته را هم در نظر بگیرید که برای ارز و تهیه مواد اولیه انواع و اقسام قیمت‌ها و نرخ‌های مختلف وجود دارد که با توجه به آن قیمت‌گذاری دستوری نمی‌تواند کارساز باشد.

باید در نظر داشـــته باشیم با وجود اینکه برای تولیدکننـــده منافع مردم مطرح اســـت اما منافع خـــودش هم اولویت دارد، به این معنا که باید ســـود ببرد تا بتواند کار کند. واقعیت این است که قیمت‌گذاری دستوری هیچ‌گاه نه منافع مصرف‌کننده را در نظر می‌گیرد، نه منافع تولیدکننده را تامین می‌کند، به این دلیل که اگر بخواهد منافع مصرف‌کننده را در نظر بگیرد باید شرایطی ایجاد کند که برایش صرفه اقتصادی داشته باشد پس مجبور می‌شود از کیفیت و کمیت کم کند تا بتواند قیمت‌گذاری دستوری انجام بدهد یا باید تخلف کند. تخلف هم این است که اگر کالایی با کیفیت خوب تولید کرد مجبور می‌شود کالا را غیرمستقیم بفروشد که خود این هم اشتباه است. این عوامل باعث می‌شود که تولیدکننده نتواند با خیال راحت و باآرامش به تولیدش ادامه دهد و اینجاست که ما برخلاف شعار سال داریم عمل می‌کنیم، یعنی سیستمی که دارد حکمرانی می‌کند در ارتباط با بخش اقتصادی در این مسیرها درست عمل نمی‌کند.

اقدامات بخش خصوصی

اگر بخش خصوصـــی را آزاد بگذارند قطعاً برای منافع خودش هم که شده منافع مصرف‌کننده و آحاد جامعه را در نظر می‌گیرد. بخش خصوصی برای رشد خودش هم که شده جوری معادلات را محاسبه می‌کند که از نظر کیفیت و کمیت و همچنین قیمت به نفع مصرف‌کننده باشد. متاسفانه این قوانینی که اعمال شده عملاً توانایی تولیدکننده را از بین برده و این تولیدکننده نمی‌تواند خلاقیتش را بروز دهد؛ زیرا مجبور می‌شود که یکسری از قوانین و مقرراتی را که چوب لای چرخش گذاشته رعایت کند تا گرفتار دستگاه قضایی یا سازمان ذی‌ربط نشود.

راهکار

دولت برای توسعه واردات و صادرات صنعت غذایی در وهله اول بهتر است که از دخالت مســـتقیم در صنعت غذایی کشور دست بردارد و مانع از قیمت‌گذاری دستوری بر روی سیستم تولید کشور (چه بخش غذا و چه تولیدات دیگر) شود. همچنین دولت بهتر است که اجازه دهد مردم طبق شعار سال (مردم در خدمت تولید و تولید هـــم در اختیار مردم) این کار را انجام دهند. تا زمانی افرادی غیر از افراد مســـئول و صاحب نظر در بخش صنعت مخصوصاً در بخش صنعت غذا اداره امور را در دســـت داشته باشند؛ تولیدکننده دچار مشکلاتی می‌شود که امروز هم با آن دست‌به‌گریبان هستیم. علاوه بر این تا زمانی که بخشنامه‌های خلق‌الساعه در جریان است قطعاً تاثیر نامطلوبی روی بخش تولید و واردات و صادرات خواهد داشت.

همچنین بهتر اســـت که دولت زمین بازی را برای همه یکسان فراهم کند. به این معنا که بین افراد تفاوت نگذارد؛ تفاوت را باید خود افراد براساس پویایی و خلاقیت‌شان رقم بزنند. از همه مهم‌تر اینکه دولتمردان اجازه دهند مردم خودشان کار خودشان را انجام دهند؛ زیرا تعامل مردم توام با رقابت و رفاقت می‌تواند نتیجه خوبی داشته باشد که حاصل آن آسایش مردم خواهد بود.

محمدعلی رضایی
رئیس کمیسیون کشاورزی اتاق ایران

چرخه معیوب

صنعت غذایی با چه چالش‌هایی روبه‌رو است؟

امنیت غذایی هر جامعه‌ای مهم‌ترین بخش آن است. برای دستیابی به این مهم باید زنجیره ارزش را در کشور پیاده کنیم، همان‌طور که این اقدام در کشورهای دیگر انجام شـــده است. در همین راســـتا بهتر است که دولت در کنار بخش خصوصی این مسئله را مدیریت کرده و سرمایه‌گذاری‌های لازم را انجام دهد. این خیلی مهم است که ما نقاط قوت و ضعفمان را بدانیم و در نهایت آن نقاط ضعف را تبدیل به نقاط قوت کنیم تا بالطبع بتوانیم برای سلامتی و شادابی جامعه و آینده فرزندانمان محصول سالمی تولید کنیم. یکی از کارهایی که می‌توان در این زمینه انجام داد این است که سمومی که در کشاورزی استفاده می‌شود با استانداردهای جهانی مطابقت داشته باشد. استانداردهای جهانی برای سلامتی جامعه بسیار بالا رفته است. در حال حاضر در بیشتر کشورهای اروپایی از سم‌هایی که مواد شیمیایی دارند استفاده نمی‌شود بلکه از سم‌هایی استفاده می‌شود که ارگانیک هســـتند یا ضرر کمتری برای جامعه و انسان‌ها دارند و متقابلاً هزینه‌های کمتری برای دولت‌ها به بار می‌آورند. شما در نظر بگیرید وقتی که فردی کبدش بر اثر میوه سمی که استفاده کرده از بین می‌رود، هزینه درمانی سنگینی را بر دوش دولت می‌گذارد.

چالش‌های صنعت غذایی

یکی از مشکلات ما در حال حاضر (به خاطر تحریم‌ها) در بخش لجستیک است. ما در بخش لجستیک در کشورمان خیلی ضعیف هستیم، به این ترتیب که هنوز از ماشـــین‌آلات ۳۰ یا ۴۰ سال پیش استفاده می‌شود و ماشین‌آلات مدل جدید در کشور نداریم.

مشکل دیگر کشور ما در زمینه دیپلماسی اقتصادی است که در حال حاضر به ضرر کشور تمام می‌شود. البته قرار اســـت با همراهی وزارت امور خارجه، اتاق بازرگانی و مخصوصاً کمیسیون کشاورزی ایران اقداماتی صورت گیرد که ان‌شاءالله بتوانیم روابط اقتصادی را بهبود ببخشیم تا بتوانیم از کشتیرانی خارجی در بنادرمان استفاده کنیم و به سبب آن، محصولات کشاورزی ما با سرعت بالاتر و با هزینه کمتری به دست مصرف‌کننده برسد. در حال حاضر محصولات ما چندین روز در بندر شهید رجایی می‌ماند تا از آنجا به بندر جبل‌علی در دوبی برود؛ در آنجا هم حدود ۱۰ یا ۱۵ روز طول می‌کشـــد، به این خاطر که تردد کشـــتی‌ها و ترانزیت زیاد است؛ حتی ممکن است تا یک ماه هم کانتیری که داخلش مواد غذایی است در آن گرما و شرجی بودن بخوابد و در نهایت دیر به دست مصرف‌کننده و خریدار برسد و این باعث می‌شود که کیفیت محصولات ضایع شـــود و هزینه بالاتری برای صادرکننده و کشور به همراه داشته باشد.

مشکل دیگر وجود تورم و تغییرات مداوم در قوانین اقتصادی-تجاری، بر توان برنامه‌ریزی بلندمدت و میان‌مدت در صنعت غذایی کشور است. وجود تورم به قشر متوسط به پایین جامعه لطمات زیادی می‌زند؛ به این شکل که افزایش هزینه‌های اولیه تولید و کشاورزی مانند کود، باعث گران‌تر شدن سیفی‌جات و میوه‌جات می‌شود. در ادامه این هزینه‌ها باعث می‌شود که دستمزدها افزایش پیدا کند و قیمت تمام‌شده بالاتر برود. این موضوع باعث می‌شود که توان خرید کاهش پیدا کند. برای مثال، وقتی قیمت گوشـــت گران است، مصرف‌کننده نمی‌تواند گوشت بخرد و مجبور می‌شود از گوشت سفید استفاده کند یا کلاً گوشـــت مصرف نکند. علاوه بـــر این، نباید تاثیر تـــورم را بر کاهش صادرات محصولات کشـــاورزی نادیده بگیریم. تـــورم دورقمی همواره یکـــی از اصلی‌ترین موانع پیش‌روی تاجران در سرمایه‌گذاری‌های کلان صادراتی بوده اســـت. تورم به عنوان یک عامل منفی در سرمایه‌گذاری‌های کلان صادراتی مطرح است. نبود ابزارهای مالی و اعتباری بین‌المللی و عدم مشابه‌ســـازی آن از ســـوی بانک‌ها و صندوق‌های کشور، عامل دیگری است که کشورهای رقیب را در بازار جهانی محصولات کشـــاورزی بر ایران غالب کرده است؛ به باور من هیچ صندوق، بانک یا بیمه‌ای وجود ندارد که حاضر باشد ریســـک نرخ ارز را بپذیرد و صادرکنندگان ایرانی را تحت پوشـــش قرار دهد و چنانچه ایـــن اتفاق بیفتد، هزینه‌ای را مطالبه می‌کند که بـــرای صادرکنندگان توجیه اقتصادی ندارد. یکی دیگر از مشکلاتی که صنعت غذا با آن دســـت‌به‌گریبان است، قیمت‌گذاری دستوری اســـت. دولتمردان کشـــور با قوانینـــی که خلق‌الســـاعه ایجاد می‌کنند، لطمات زیادی به تولیدکنندگان و کشاورزان وارد می‌کنند. متاسفانه این قوانین عوارض جانبی بســـیار شدیدی برای جامعه و جامعه فروش که همان صادرات است، به همراه دارد. دولتمردان ما باید به این نتیجه برسند که همان‌طور که در تمام دنیا دولت‌ها با مشـــورت بخش خصوصی تصمیم‌گیری می‌کنند، باید با بخش خصوصی مشـــورت کنند و بعد، تصمیم‌گیـــری نهایی را انجام دهند. برخی از قوانینی که یک‌شبه ایجاد شده عوارض بسیار بالایی داشته و بعد از چند روز با اعتراض کشاورزان، تولیدکنندگان و اتحادیه‌ها روبه‌رو شده است. این کار، کار درستی نیست و لطمات زیادی به اقتصاد کشـــور می‌زند و ثبات اقتصادی را تهدید می‌کند.

چرخه معیوب صادرات

میزان صادرات محصولات کشـــاورزی با توجه به دســـتورالعمل‌های دولت و مسئله تعهد ارزی صادرکنندگان روند روبه‌رشدی نخواهد داشت. صادرات محصولات کشاورزی گروگان یک چرخه مالی معیوب است که در کنار این مسائل، تلاطم نرخ ارز نیز به عاملی بازدارنده برای صادرات تبدیل شده است، زیرا صادرکنندگان در قیمت‌دهی، ریسک نرخ ارز را دست‌بالا حساب می‌کنند و به این دلیل، قیمت تمام‌شده اعلامی شاید جذابیت لازم را برای صادرات نداشـــته باشد. باید این نکته را هم اضافه کنم که از دولت‌های گذشته تا امروز، بخش خصوصی همواره هشدارهای فراوان درباره عواملی داده که به از دست رفتن بازارهای صادراتی انجامیده و اصلی‌ترین آنها تصمیم بانک مرکزی در ســـال ۱۳۹۷ مبنی بر اجرای قانون بازگشت ارز حاصل از صادرات بوده اســـت. با این قانون از سال ۱۳۹۷ وارد فضایی شدیم که در آن اقتضائات فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط در نظر گرفته نشده بود، این در حالی است که بیشتر صادرات محصولات کشاورزی در کشور به دست این بنگاه‌ها انجام می‌شود. در روند چرخه مالی که دولت برای بخش خصوصی تعریف کرده، موانع فراوانی برای شرکت‌های پیشکسوت ایجاد شده، اتفاقی که به خروج شرکت‌های خوش‌سابقه و حرفه‌ای از بازار انجامید و حضور تاجران زیرزمینی و تازه‌کار را در بازارهای صادراتی تقویت کرد. افزون بر اینها، اختلاف فاحش میان ارز در بازار آزاد و بازار نیما، به ورود بیش از پیش صادرکنندگان زیرزمینی انجامید، تاجرانی که نگاهشان به تجارت کوتاه‌مدت و موردی است؛ این شرکت‌های زیرزمینی تعلقی به کسب‌وکار تجارت ندارند، به دنبال برندسازی نیستند و تلاشی برای حفظ بازار نمی‌کنند.

راهکار

پیشنهاد من این است که مسئولان ما از وزارت کشور که بانی ایجاد زنجیره ارزش با بخش کشاورزی مخصوصاً اتاق بازرگانی، کمیسیون کشاورزی و وزارت جهاد سازندگی شده است، حمایت کنند. بحث دیگر برگشت ارز است. بانک مرکزی مشکلات زیادی را در رابطه با برگشت ارز برای صادرکنندگان به وجود آورده که به رکود صادرات منجر شـــده است. با رکود در بخش صادرات رانت ایجاد می‌شود، قاچاق افزایش پیدا می‌کند و بیشتر محصولات به صورت قاچاق از کشور خارج می‌شود. رکود صادرات لطمات جبران‌ناپذیری به اقتصاد کشور وارد می‌کند. بنابراین دولت باید از این مســـئله حمایت کند و برگشت ارز را در رابطه با محصولات کشاورزی مانند خشکبار، گیاهان دارویی و زعفران، به طور کل بردارد. باید در نظر داشته باشیم که اکثر صادرکنندگان محصولات کشاورزی، تولیدکننده هم هستند، به این معنا که باید این پول را به تولیدشان برگردانند و نیازمند ســـرمایه‌گذاری مجدد هستند. بنابراین به دولت و بانک مرکزی پیشنهاد می‌کنیم که کلاً بخش کشاورزی را در رابطه با برگشت ارز معاف کنند تا این بخش بتواند توسعه پیدا کرده و رقابت کند.

علاوه بر این، دولت باید اهمیت بیشتری به بخش خصوصی بدهد. در تمام دنیا بخش خصوصی حرف اول را می‌زند، دولت‌ها با مشورت بخش خصوصی سیاســـت‌گذاری می‌کنند و بخش خصوصی اســـت که با حمایت دولت این سیاست‌ها را اجرا می‌کند. این اتفاق باید در کشور ما نیز بیفتد؛ هر فعالیتی در این حوزه باید با تصمیم‌گیری، مشورت و اجرای بخش خصوصی باشد. متاسفانه در کشور ما بیشتر تصمیم‌گیری‌ها یک‌شبه اتفاق می‌افتند.

عاطفه چوپان
نویسنده نشریه

نان سیاست

نظام چندنرخی چگونه بازار گندم را متاثر کرد؟

«اقتصاد و بازاری درست شده که در آن ما گندم چندنرخی داریم، نرخ‌های ۶۰۰ تومان، ۹۰۰ تومان، ۱۲ هزار تومان، ۱۵ هزار تومان و جدیدترین نرخ هم ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومان، خب معلوم است که من نمی‌توانم حتی جلوی کارمند خود را بگیرم تا تبانی نکند. یکی از کارهای ما شده اینکه به صورت حراستی یک سیستم عریض و طویل در کارخانه‌ها درست کنیم که جلوی تبانی را بگیریم، این چه کاری است، من متوجه نمی‌شوم. هروئین هم ۲۰ درصد سود ندارد اما سود گندم و آرد به این حد رسیده است؛ حالا نان مردم را بشمار، آنجا که تخلف نمی‌شود؛ تخلف در اینجاست. یکی از همکلاسی‌های من آمده از من آرد بخرد، کارگر به او گفته چرا از این می‌خری بیا من به تو نصف قیمت آرد می‌دهم، این‌طور که نمی‌شود. در سیستمی که ۶۰۰ تومان، ۹۰۰تومان، ۱۲ هزار تومان نرخ برای گندم هست، سه برابر نیاز موجود کارخانه داریم، هر کس می‌تواند فشار می‌آورد و کارخانه می‌زند، آقای استاندار چقدر به شما فشار می‌آورند که سهمیه بدهی؟ شما سهمیه‌بده هستی؟ سهمیه را من باید بدهم. تکلیف بخش خصوصی را مشخص کنید. بخش خصوصی دلش نمی‌خواهد آلوده این کارها شود، پیش می‌آید!»

اینها صحبت‌های محمدرضا مرتضوی، رئیس خانه صنعت، معدن و تجارت استان تهران است که در جلسه شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی که با حضور استاندار و رئیس کل دادگستری استان برگزار شد مطرح می‌شود. اما این اولین‌بار نیست که مشکلات گندم، آرد و نان که همان‌طور که از صحبت‌های مرتضوی پیداست هم، مشکلات متعددی است و ریشه‌دار شده، نقل محافلی است که یک پای آن بخش خصوصی است.

اما قصه گندم چگونه این قدر غصه‌دار شد و این قوت غالب چطور به یکی از مافیایی‌ترین کالاها بدل شد. در این پرونده که با راهنمایی و مشورت محمدرضا مرتضوی، رئیس خانه صمت استان تهران نوشته شده داستان گندم را مرور کردیم و به این سوال پاسخ دادیم که گندم چرا و چگونه به یک کالای مافیایی تبدیل شد.

ادامه سیاست جنگی

اگر بخواهیم قصه گندم، آرد و نان را مرور کنیم باید به دوران پس از جنگ برگردیم. در واقع انحصار خرید و فروش گندم در دوره جنگ و در دهه ۶۰ به وجود آمد. در آن زمان دولت برای کنترل قیمت‌ها و بیشتر ثابت نگه داشتن قیمت نان تا سال ۱۳۶۷ برنامه انحصار خرید و فروش گندم را پیش برد و قبل از آن این انحصار وجود نداشت و به فراخور نیاز و با توجه به سفارش‌هایی که داشتند گندم را از استان‌های مختلف

▲ در این پرونده که با راهنمایی و مشورت محمدرضا مرتضوی، رئیس خانه صمت استان تهران نوشته شده داستان گندم را مرور کردیم و به این سوال پاسخ دادیم که گندم چرا و چگونه به یک کالای مافیایی تبدیل شد.

یا گاهی از کشورهای دیگر و عمدتاً از استرالیا و آمریکا خریداری می‌کردند اما دوره جنگ باعث به وجود آمدن انحصار خرید و فروش گندم در دست دولت شد و به این منظور در آن زمان سازمانی به نام سازمان غله تاسیس شد که متعهد به تامین گندم و مدیریت آرد و نان کشور شد. حتی با گذر از دوران جنگ هم مقاومت زیادی برای باقی ماندن این انحصار در دست دولت و در قالب همان سازمان غله کل کشور صورت گرفت اما این سازمان بعدها منحل و به شرکت بازرگانی دولتی ایران تبدیل شد. شرکت بازرگانی دولتی ایران اگرچه خود را متعهد به مدیریت نان نمی‌دانست اما همچنان خود را به تامین و خرید گندم متعهد می‌داند و خرید گندم تا سال‌های زیادی بعد از این در داخل و خارج منحصراً به‌وسیله شرکت بازرگانی دولتی انجام می‌شود. در این میان در دوره‌ای که به سال زراعی ۱۳۸۹-۱۳۸۸ برمی‌گردد طرح آزادسازی گندم، آرد و نان در کشور ایجاد شد و کارخانه‌ها می‌توانستند خود گندم را خریداری کرده و آرد را با قیمت رقابتی به نانوایی‌ها بفروشند؛ این طرح اما یک سال بیشتر دوام نیاورد و در سال بعد مجدداً بازرگانی دولتی خریدار گندم شد و بعد در نرخ سال قبل از آن دوباره با سوبسید برقرار شد. در آن سال هم بازرگانی دولتی می‌توانست در قالب فروشنده به کارخانه‌ها گندم بفروشد اما کارخانه‌ها ترجیح می‌دادند آرد باکیفیت را به قیمت رقابتی از زارعان بخرند و آن سال، سال رویایی آرد و نان بود، چون هم کارخانه‌ها با دست بازتری گندم باکیفیت خریدند، هم آرد بهتری در نتیجه این چرخه صحیح تولید شد و هم نانی که به صورت رقابتی تولید می‌شد نان بهتری بود و در نهایت هم سطح رضایتمندی مردم بسیار بالا رفت.

اما این سال رویایی در حد یک سال باقی ماند و آزادسازی گندم و آرد دوام نیاورد و مجدداً با شعار تثبیت قیمت نان انحصار برگشت اما مسئله اساسی اینجاست که در کشوری با تورم دورقمی نمی‌توان قیمت آرد و نان را ثابت نگه داشت. در حال حاضر خود دولت سالانه قیمت گندم را با شعار تامین رضایتمندی کشاورزان -که این شعار هم مورد انتقاد فعالان این حوزه است و به آن اعتقادی ندارند- به فراخور سال مالی افزایش می‌دهد. به هر روی دخالت دولت در گندم، آرد و نان به سیستم برگشت و با همان سیستم قبلی گندم را با قیمت بالاتر از کشاورزان می‌خرید و برای تامین آرد ارزان‌قیمت با قیمت پایین‌تر در اختیار نانوایان قرار می‌داد و نانوایان را نیز مکلف می‌کرد نان خود را با قیمت مشخصی بفروشند. طبیعتاً در این سیستم هیچ‌گونه رقابتی وجود ندارد، کارخانه مجبور است گندم را با هر کیفیتی که دولت به او می‌دهد بخرد چون فروشنده دیگری وجود ندارد و آرد را در قالب سهمیه‌بندی با قیمت و سهمیه مشخص باید به نانوا بدهد. در این چرخه دیگر چیزی به نام رقابت در بازار آرد و نان وجود ندارد و سیستم به این سمت می‌رود که چه کسی می‌تواند سهمیه بیشتری بگیرد. در نتیجه چنین سیستمی نانوا هم دیگر در نانواخانه شورواشتیاقی برای تولید نان باکیفیت نخواهد داشت. شما برای اینکه نان باکیفیتی تولید کنی باید یک شاطر کاردرست و یک کادر تولید نان حرفه‌ای با قیمت بالا استخدام کنی و چرا این کار را انجام بدهی؟ که در نهایت نان را با همان قیمتی که سایر نانوایی‌های بی‌کیفیت می‌فروشند بفروشی؟

قدیمی‌ترها می‌گفتند نان مثل فرش دستباف است، اینکه در نهایت چقدر زیبا و باکیفیت از کار دربیاید بستگی به عملکرد بافنده دارد. در سایر کشورها شغل نانوا هم‌تراز و هم‌حقوق با شغل خلبانی است و به نانوا استاد نان می‌گویند و برای این حرفه ارزش زیادی قائل می‌شوند اما متاسفانه در ایران داستان نان متفاوت است، با پوسته و ظاهر خودکفایی گندم و ثابت نگه

داشتن قیمت نان و ایجاد یک بازار دستوری و غیررقابتی این صنعت امروز با مشکلات جدی مواجه شده است.

روح سرگردان نان

در حال حاضر در ایران حدود ۹۰ هزار واحد نانوایی ایجاد شده و با سهمیه و نرخ ثابت و قیمت آرد ثابت صرفاً نان تولید می‌شود اما کل این چرخه در واقع به روح نان آسیب زده است. متاسفانه این چرخه همین‌طور پیش رفته و جلو آمده و به جایی رسیده که حالا به نانوا هم اعتماد ندارد و دستگاه نان‌شمار در نانوایی‌ها گذاشته که این کار هم به اعتقاد خیلی‌ها بی‌فایده است. شما الان برای اینکه نان سنگک دلخواهت را بخری به جای یک نان در دستگاه چهار نان ثبت می‌کنی و به همین راحتی کل این طرح زیر سوال می‌رود. در حال حاضر به‌طور کلی مصرف گندم، آرد و نان در کشور سالانه حدود در کل ۱۲ میلیون تن است و دولت هم ۲۰۰هزارمیلیارد تومان بابت این مصرف زیان می‌دهد. به ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومان از کشاورز خریداری کرده و با قیمت‌های پایینی برای تولید آرد به کارخانه‌ها می‌دهد تا فقط قیمت نان را ثابت نگه دارد اما مسئله اساسی اینجاست که اصولاً ثابت نگه داشتن قیمت‌ها در تورم نشدنی است و حتی دولت در همین چرخه‌ای که خود با هدف ثابت نگه داشتن قیمت‌ها ایجاد کرده، سالانه مجبور به افزایش قیمت‌هاست و نان ۵زاری دهه ۶۰ هم امروز ۱۰ هزار تومان قیمت دارد و این یعنی این سیستم به‌طور کلی سیستم درستی نیست. در مورد سیستم جایگزین برای این وضعیت هم نظرات مختلفی وجود دارد اما فعالان این حوزه معتقدند گندم، آرد و نان باید آزاد باشد و دولت باید سوبسید حمایتی خود را مستقیم به مردم به عنوان مصرف‌کنندگان نهایی یا کشاورزان به عنوان چرخه ابتدایی حلقه تولید آن هم در قالب بذر اصلاح‌شده، سم و کود و... بدهد. بر اساس آمار موجود در حال حاضر مصرف گندم در کشور ۱۲ میلیون تن است، سال‌هایی بوده که موفق به تولید تمام این نیاز در داخل شده‌ایم اما در سال‌هایی نیز نیازمند واردات تا هفت میلیون تن بودیم و این نوسان در تولید نکته قابل توجهی است. اما اگر در این سال‌ها دولت به جای تلاش برای برقراری یک چرخه معیوب چرخه تولید را بهبود می‌بخشید و بذر اصلاح‌شده در اختیار کشاورزان قرار می‌داد یا روش‌های نوین و مدرن را برای کنترل و نگهداری زمین به آنها می‌آموخت، میانگین برداشت افزایش می‌یافت. در حال حاضر بخشی از زمین‌های کشت گندم در ایران دیم است و کشت آبی گندم در حال حاضر حدوداً ۲/۵ میلیون هکتار است که چنانچه روش‌های کاشت بهبود یابد برآورد می‌شود تنها سطح زیر کشت آبی احتمالاً کفاف نیاز فعلی کشور را خواهد داد. پیش‌بینی‌های فعلی نشان می‌دهد که در سال جاری ایران موفق به تولید بیش از ۱۰/۵ تن گندم خواهد شد و میزان نیاز به واردات به شدت کاهش پیدا خواهد کرد و کسری بیش از ۲/۵ میلیون تن پیش‌بینی نمی‌شود و چنانچه بارندگی‌های خوبی در استان‌هایی مانند گلستان و فارس صورت گیرد این عدد به ۱۲/۵ میلیون تن هم خواهد رسید.

مسیر قاچاق از اختلاف قیمت می‌گذرد

ریشه همه مفسده‌ها در صنعت آرد و گندم و نان اما به یک مسئله ساده برمی‌گردد و آن هم این است که دولت گندم ۱۷ هزار و ۵۰۰تومانی را در سطح گسترده‌ای، کیلویی ۶۵۰ تومان و ۹۰۰ تومان می‌فروشد و با این کار اختلاف قیمت فاحشی به وجود می‌آورد. در حالی که اختلاف ارز آزاد و دولتی حدوداً دو برابر است، در صنعت گندم و آرد اختلاف ۲۵برابری وجود دارد و وقتی کالایی ۲۵ برابر ارزان‌تر آن هم در سطح وسیع ۱۰میلیون‌تنی توزیع می‌شود، قطعاً گروه‌هایی به وجود می‌آیند تا از این رانت استفاده کنند و نمی‌توان این گروه‌ها را بسته به قسمت خاصی از این زنجیره دانست، آنها می‌توانند در کارخانه‌ها، شرکت‌های حمل‌ونقل، نانوایی‌ها و... باشند. در این میان دولت دائم در تلاش است با سیستم‌های کنترلی پلیسی وضعیت را اصلاح کند اما نتیجه حاکی از آن است که سیاست‌های کنترلی دولت در این زمینه جواب نداده و شکست خورده و در عوض روشی که می‌تواند فساد را متوقف کند بازار آزاد است. کشاورز بخش خصوصی است، باید گندم را با قیمت آزاد بفروشد و کارخانه هم بخش خصوصی است و باید گندم را با قیمت آزاد بخرد و نانوا هم بخش خصوصی است و باید بتواند آرد را با هر سطح کیفیتی که می‌خواهد و هر قیمتی که ارائه می‌شود بخرد و در نتیجه نان معقول با قیمت رقابتی در اختیار مردم قرار دهد. سیاست اقتصاد آزاد بارها ثابت کرده که در نتیجه ایجاد یک بازار رقابتی نه‌تنها کیفیت بهبود خواهد یافت بلکه قیمت‌ها نیز تعدیل می‌شود. اما سیستم بسته فعلی که اقدام به توزیع ۱۲/۵ میلیون تن گندم با قیمت‌های مختلف می‌کند یک چرخه ناراضی را به وجود آورده است. در حال حاضر کشاورزان

▲ در دوره‌ای که به سال زراعی ۱۳۸۹-۱۳۸۸ برمی‌گردد طرح آزادسازی گندم، آرد و نان در کشور ایجاد شد و کارخانه‌ها می‌توانستند خود گندم را خریداری کرده و آرد را با قیمت رقابتی به نانوایی‌ها بفروشند. این طرح اما یک سال بیشتر دوام نیاورد و در سال بعد مجدداً بازرگانی دولتی خریدار گندم شد و بعد در نرخ سال قبل از آن دوباره با سوبسید برقرار شد. آن سال سال رویایی آرد و نان بود، چون هم کارخانه‌ها با دست بازتری گندم باکیفیت خریدند، هم آرد بهتری در نتیجه این چرخه صحیح تولید شد و هم نانی که به صورت رقابتی تولید می‌شد نان بهتری بود و در نهایت هم سطح رضایتمندی مردم بسیار بالا رفت.

▲ کنترل بیشتر و شدیدتری بر کارخانه‌ها اعمال شده و تلاش‌هایی صورت گرفته تا با سیستم‌های کنترل، جمع‌آوری نمونه، کنترل اوزان و... تخلف به حداقل برسد. به نظر می‌رسد هزینه تخلف دست‌کم برای کارخانه‌ها بالا رفته، اما در سایر حلقه‌های این زنجیره وسیع هنوز باگ‌های زیادی وجود دارد؛ باگ‌هایی که به نظر می‌رسد تلاش برای رفع آنها تنها آب در هاون کوبیدن باشد.

عمدتاً از این وضعیت ناراضی هستند، کارخانه‌ها نیز از کیفیت گندمی که تحویل می‌گیرند ناراضی بوده و معتقدند که مقدار زیادی آشغال وارد گندم‌ها می‌شود و گندم خالصی دریافت نمی‌کنند، سیلوداران هم از پولی که می‌گیرند ناراضی هستند و نانواها هم که دائم با دولت بر سر قیمت نان مجادله دارند. چون بخشی از هزینه‌های نان آرد است و دولت نمی‌تواند با ثابت نگه داشتن قیمت آرد هم نانوا را مجبور به پایین نگه داشتن قیمت نان کند. در حال حاضر قیمت آرد تقریباً پنج درصد در قیمت تمام‌شده نان دخیل است و فرقی با اینکه آرد را مجانی به نانوا می‌دهند ندارد، اما باقی هزینه‌ها که شامل هزینه نیروی انسانی، هزینه اجاره‌بها، هزینه انرژی و... است قیمت نان را تعیین کرده و باعث افزایش قیمت نان می‌شود و طبیعتاً دولت اگر هم بخواهد نخواهد توانست جلوی رشد تمام این هزینه‌ها را بگیرد، چون در سطح گسترده‌تری با اتخاذ سیاست‌های غلط به ایجاد تورم وحشتناکی در کلیت اقتصاد منجر شده است.

خلاصه اینکه مسیر قاچاق اختلاف قیمت است و هرکس بتواند با تبانی در بخش‌های مختلف زنجیره، گندمی از سفره مردم بردارد، سود قابل توجهی به جیب زده است. قاچاقچی هر کسی می‌تواند باشد، از کارخانه گرفته تا شرکت‌های حمل‌ونقل و نانوایی‌ها و... حتی سیستم دولت نیز می‌تواند در دادن حواله‌ها

▲ سیاست قیمت‌گذاری دستوری فقط یک داستان دراماتیک برای نان نیست، بلکه در هیچ‌یک از عرصه‌ها موفقیتی حاصل نکرده است. همان‌طور که سال‌هاست در حوزه خودروسازی نیز اعمال می‌شود و نتیجه‌ای جز ضرر انباشته ۱۷۴ همتی نداشته است. از طرفی چنین سیاستی در هیچ کجای دنیا نیز اعمال نمی‌شود. اما ریشه چنین سیاست ناکارآمدی در منفعت رانتی عده اندکی قابل مشاهده است.

و قائل شدن استثناهایی بخشی از زنجیره قاچاق و فساد باشد. اما نمی‌توان گوشت را رها کرد و دست‌وپای گربه را بست و مسئله واضحی است. در این میان کنترل بیشتر و شدیدتری بر کارخانه‌ها اعمال شده و تلاش‌هایی صورت گرفته تا با سیستم‌های کنترل، جمع‌آوری نمونه، کنترل اوزان و... تخلف به حداقل برسد. به نظر می‌رسد هزینه تخلف دست‌کم برای کارخانه‌ها بالا رفته اما در سایر حلقه‌های این زنجیره وسیع هنوز باگ‌های زیادی وجود دارد، باگ‌هایی که به نظر می‌رسد تلاش برای رفع آنها تنها آب در هاون کوبیدن باشد. انتهای این زنجیره هم به اینجا می‌رسد که نانوا ترجیح می‌دهد کمتر یا بدتر بپزد چون هرچه آرد بیشتری برایش باقی بماند سود بیشتری خواهد برد. دولت معتقد است این مشکل را با کارت‌خوان‌ها حل کرده است، در حالی که به عقیده بخش نظارتی و بر اساس شواهد و تجربیات موجود این اتفاق کاملاً رخ نداده و دستگاه‌های نان‌شمار هم توانایی مبارزه با این فساد را ندارند. در تمام این سال‌ها فعالان بخش تولید و نظارت بارها اعلام کرده‌اند که بخشی از این سوبسید عظیم و هنگفت که دولت به این بخش تخصیص داده در نهایت به سفره مردم نمی‌رسد و کیفیت نان سر سفره آنها نیز با کاهش چشمگیری مواجه بوده اما اصرار بر ادامه این سیاست نشان می‌دهد دست‌کم دولت از اجرای آن راضی است، حتی اگر در نتیجه اجرای چنین سیاستی که با هدف پایین نگه داشتن قیمت نان انجام می‌شود، هزینه تولید یک نان سالم و با کیفیت بسیار بالا رفته باشد.

از طرفی چنین سیستمی در هیچ یک از کشورهای دنیا هم اجرایی نمی‌شود. البته خیلی از دولت‌ها به کشاورزان به‌طور مستقیم و در قالب کود، سم، نهاده‌های کشاورزی و... سوبسید پرداخت می‌کنند اما به نظر نمی‌رسد کشوری با این میزان از سطح اختلاف دولت در صنعت تولید نان وجود داشته باشد. در حال حاضر در این چرخه ۲۰۰ همت سوبسید هزینه می‌شود که این میزان اگر در بهبود وضعیت نانواخانه و جایگزینی روش‌های مدرن در تولید نان، به‌زراعی کشاورزی و... صرف شود نتیجه بهتری خواهیم گرفت. بر اساس آنچه صاحب‌نظران می‌گویند ایران پتانسیل تولید ۱۶ میلیون تن گندم را در مقدار زمین‌های فعلی که به کشت گندم اختصاص یافته دارد و اگر بذر مناسب، آبیاری درست و روش‌های به‌زراعی به کار گرفته شود ایران می‌تواند صادرکننده آرد باشد. باید توجه داشت که بزرگ‌ترین واردکنندگان آرد -افغانستان و عراق- در همسایگی ایران هستند و این دو کشور می‌توانند بازار بسیار خوبی برای ایران باشند و ایران در تمام این سال‌ها فقط در آن برهه که سیاست آزادسازی آرد و گندم اجرا شد توانست به این کشورها حدود نیم‌میلیون تن آرد از محل گندم‌های داخلی صادر کند.

در حال حاضر دولت گندم را با دلار آزاد حدود ۳۵۰ دلار می‌خرد و آرد حاصل از این محل حدود ۵۰۰دلار می‌شود که قابلیت صادرات ندارد. همه چیز در چنین سیستمی دستکاری شده است و اگر به حالت تعادلی برگردد و ایران بتواند بخشی از بازارهای جهانی باشد می‌تواند از روسیه گندم وارد کند و آرد صادر کند اما در حال حاضر ارز چندنرخی است و دولت می‌گوید چون ارز چندنرخی می‌دهم باید چرخه را کنترل کنم، از طرفی قیمت‌گذاری دستوری است و سیستم آرد و نان نیز سوبسیدی، چندنرخی و چندقیمتی است و ۲۰۰ هزار میلیارد تومان یارانه پمپاژ می‌شود و در نهایت در چنین سیستمی نمی‌توان زیاد به این امیدوار بود که کیفیت مطرح شود و از سیستم‌های نظارتی و پلیسی هم در تمام این سال‌ها نتیجه دلخواه گرفته نشد.

اصرار به سیاست بی‌مصرف

در دوره جنگ چون باید ارزاق مردم کنترل می‌شد سیستم انحصاری خوب جواب داد و کنترل خوبی هم صورت گرفت. با اینکه ایران هشت سال درگیر جنگ بود و کل درآمد کشور شش میلیارد دلار بود، مردم هیچ‌گاه در تامین مواد غذایی اساسی خود با بحران مواجه نشدند و آن دوره را می‌توان کارنامه خوبی از این سیاست در نظر گرفت اما اصرار به ادامه این سیاست در ادامه اشتباه بزرگی بود. سیاست قیمت‌گذاری دستوری فقط یک داستان دراماتیک برای نان نیست بلکه در هیچ یک از عرصه‌ها موفقیتی حاصل نکرده است. همان‌طور که سال‌هاست در حوزه خودروسازی نیز اعمال می‌شود و نتیجه‌ای جز ضرر انباشته ۱۷۴همتی نداشته است، از طرفی چنین سیاستی در هیچ کجای دنیا نیز اعمال نمی‌شود. اما ریشه چنین سیاست ناکارآمدی در منفعت رانتی عده اندکی قابل مشاهده است. در تمام عرصه‌هایی که سیاست قیمت‌گذاری دستوری اعمال می‌شود عده‌ای هستند که از آن منفعت زیادی به جیب می‌زنند و طبیعتاً علاقه‌ای هم به حذف آن ندارند و با اعمال نفوذی که در تمام این سال‌ها داشتند مانع حذف آن و اجرای سیاست اقتصاد آزاد شده‌اند. همواره نیز فسادهای بزرگ از پرونده زنجانی گرفته تا چای دبش و آریوتجارت در ارز چندنرخی است. این در حالی است که اگر سیستم ارز تک‌نرخی اعمال شود فساد خودبه‌خود حذف خواهد شد. اما وقتی ارز چندنرخی داریم نمی‌توانیم روغن و شکر و آرد صادر کنیم؛ فقط هرکس در این سیستم خود را به تخصیص‌دهنده ارز ارزان نزدیک‌تر کند سود بیشتری هم به جیب می‌زند و فساد آن به دامن آرد و نان هم رسیده و در این حوزه شدیدتر است، چون دولت‌ها همواره تلاش می‌کنند با شعار نان ارزان به مردم بگویند خدمت بزرگی به آنها می‌کنند. این در حالی است که قیمت روز نان ۵ تا ۱۰ هزار تومان است ولی گوشت کیلویی ۷۰۰ هزار تومان است و قیمت سایر مایحتاج از قبیل لبنیات و حبوبات و... هم سر به فلک می‌کشد، نان خالی کفاف نیاز مردم را نمی‌دهد و مسئله باید در سطح وسیع‌تری دیده شود. چنین سیاستی نخنماست در حالی که قیمت گوشت قرمز رویایی شده و قصابی‌ها به فروشگاه‌های لاکچری تبدیل شده‌اند و تمام این ماجرا در حالی است که دولت به این قسمت هم ارز دولتی تخصیص داده است. گوشت قرمز با ارز ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومان باید از قرار کیلویی ۲۵۰ هزار تومان به وفور در اختیار مردم قرار بگیرد، اما سیستم ناکارآمد است و حاضر هم نیست ناکارآمدی خود را بپذیرد و صحبت با چنین سیستمی نیز در تمام این سال‌ها پاسخی منطقی به منتقدان تحویل نداده است.

ریشه این فساد امروز بسیار گسترده شده و به آرد و نان هم خلاصه نمی‌شود. فساد ناشی از ارز چندنرخی و قیمت‌گذاری دستوری را امروز می‌توان به وضوح در تمام کالاهای اساسی مشاهده کرد و هرازچندگاهی نیز برخی از این فسادها علنی می‌شود. این موضوع کلان است و نمی‌توان در سطوح جزء هم نسبت به اصلاح آن اقدام کرد. آنچه واضح است این است که کمتر تولیدکننده‌ای ارز چندنرخی می‌خواهد اما مادامی که ارز چندنرخی باشد اهدافی که ظاهراً برای آن برشمرده می‌شود نیز قابل دستیابی نخواهد بود.

اخیراً در تامین کالاهای اساسی ادعاهای بزرگی مطرح شده است. همین چند وقت پیش بود که نهاوندی، رئیس انجمن واردکننده غلات دامی ادعا کرد که میلیون‌ها تن کالا با ارز ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومان از طریق شرکت پشتیبانی دام وارد کشور شد و ۱۷ همت هم زیان انباشته دارد و سفره مردم هم از گوشت ۲۵۰ هزارتومانی خالی است. این اظهر من‌الشمس

است و لازم نیست برای درک مشکل باهوش بود. فردا چطور روز می‌شود؟ باید منتظر طلوع خورشید باشیم، داستان در فساد هم از همین قرار است و انگار همه هم از آن آگاه هستند اما ادامه این سیاست در سایه یک رودربایستی را شاهدیم.

ایران سال‌هاست که با تورم دورقمی دست‌وپنجه نرم می‌کند و به جز دوره مذاکرات ۲۰ سال است که تورم بالای ۳۰ درصد است. در کشوری که تورم ۴۰ درصد است و ارز سوبسیدی توزیع می‌شود فساد شکلی به غایت واضح پیدا می‌کند که برای همه عادی می‌شود، انگار همه در حال تماشای یک زورگیری خیابانی هستیم و کسی هم حاضر نیست جلوی چنین اتفاقی را بگیرد.

لزوم تغییر رویکرد و مدیریت

لزوم تغییر شیوه مدیریت در حوزه گندم به عنوان یکی از استراتژیک‌ترین محصولات اما موضوع تازه‌ای نیست و قبل از اینکه صدای تولیدکننده و بخش خصوصی در این‌باره بلند شود حتی بارها محققان و پژوهشگران مختلف در این حوزه نیز هشدارهایی داده‌اند. بیش از چند دهه از انتشار مقاله‌های مختلف تحقیقاتی در این زمینه می‌گذرد و در مقاله‌ای با عنوان «گندم، راهبردهای تحقیقاتی و مدیریتی در ایران» که به همت وزارت جهاد کشاورزی تالیف شده بود نیز به همه این موارد یعنی لزوم به‌زراعی گندم و تغییر مدیریتی در این خصوص اشاره و بر آن تاکید شده بود. در بخشی از این مقاله تاکید شده بود که با توجه به روند رو به افزایش جمعیت جهان و محدودیت منابع موجود در بخش کشاورزی نظیر اراضی زراعی و منابع آب، می‌توان پیش‌بینی کرد که در سال‌های آینده ابزار رقابت‌های جهانی برای تسلط بر دیگران تنها به توسعه تسلیحات نظامی محدود نمی‌شود، بلکه غذا نیز به‌عنوان یک ابزار راهبردی در تغییر نظام‌های سیاسی و تعیین خطوط جغرافیایی کشورها نقش مهمی ایفا خواهد کرد. در آینده‌ای نه‌چندان دور، غذا و مجموعه امکانات مورد نیاز برای دستیابی به آن، عامل اصلی مرزبندی بین جوامع غنی و فقیر، پیشرفته و عقب‌مانده، مستقل و وابسته و اساسی‌ترین وسیله برای سلطه بر کشورهای نیازمند خواهد بود. موسسه بین‌المللی تحقیقات سیاست‌گذاری غذا، میزان تقاضای جهانی گندم در سال ۲۰۲۰ میلادی را ۴۰ درصد بیش از سطح فعلی تقاضا برآورد کرده است. این در حالی است که منابع در دسترس برای تولید این مقدار تقاضای گندم، احتمالاً به میزان قابل ملاحظه‌ای کمتر خواهد بود. با توجه به این چشم‌انداز در حال حاضر در کشورهای در حال توسعه تلاش زیادی برای افزایش عملکرد گندم به عمل می‌آید که از نظر اهمیت قابل مقایسه با کوشش‌های سه دهه قبل و دوران آغاز انقلاب سبز است. راهبردهای کشورهای در حال توسعه و تصمیمات سیاسی و اقتصادی بعضی از آنها، به‌خصوص کشورهای پرجمعیت، نشان‌دهنده این است که تامین نیازهای اضافی گندم با تکیه بر واردات به مصلحت آنها نیست و قطعاً کشور ما نیز باید با اتخاذ این سیاست‌ها و با ایجاد اراده سیاسی توام با تدوین و اجرای مستمر برنامه‌های جامع و راهبردی تحقیقاتی و اجرایی و افزایش عملکرد و بهینه کردن مصرف گندم کشور، نعمت بزرگ خودکفایی این محصول استراتژیک را حفظ کرده و با عرضه مطمئن گندم با تکیه بر تولید داخلی، امنیت غذایی جامعه را نیز تحکیم و تضمین کند و تحقق چنین هدفی با تحقیقات و سرمایه‌گذاری کافی و با اتخاذ سیاست‌های مناسب اقتصادی ممکن است. گندم در محدوده وسیعی از شرایط اقلیمی و مناطق جغرافیایی کشت می‌شود و غذای اصلی برای بخش عمده‌ای از جمعیت روبه رشد جهان است و محققان انتظار دارند تقاضا برای گندم، بر اساس تولید و تغییرات ذخیره کشورها، از ۶۲۱ میلیون تن در سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۴ میلادی به حدود ۸۱۳ میلیون تن در سال ۲۰۳۰ میلادی و به بیش از ۹۰۰ میلیون تن در سال ۲۰۵۰ میلادی افزایش یابد. انقلاب سبز در سال‌های ۱۹۶۶ تا ۱۹۷۹ میلادی میانگین رشد تولید گندم را در کشورهای در حال توسعه به ۳/۶ درصد در سال ترقی داد. این سرعت رشد در این کشورها در فاصله سال‌های ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۴ میلادی به ۲/۸ درصد در سال کاهش یافت و سپس به ۱/۱ درصد در سال در دوره سال‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۵ میلادی نزول کرد و از سرعت رشد جمعیت در این کشورها عقب ماند. کند شدن سرعت رشد تولید می‌تواند معلول عوامل مختلفی از جمله افزایش قیمت نهاده‌ها، کاهش حاصلخیزی خاک‌ها، کاهش منابع آب آبیاری، مدیریت ناکارآمد نظام‌های زراعی، سیاست‌گذاری نامناسب، قیمت (تا سال‌های اخیر بهای گندم به‌تدریج افت پیدا می‌کرد) و شاید تغییرات اقلیمی باشد. در چنین شرایطی با توجه به افزایش جمعیت کشور و محدودیت‌های افزایش سطح زیر کشت گندم می‌توان گفت افزایش عملکرد نقطه اتکا و راهبردی عملی برای پاسخگویی به نیازهای کشور به افزایش تولید گندم است. البته رسیدن به این هدف مستلزم شناسایی دقیق تمامی عوامل

▲ قدیمی‌ترها می‌گفتند نان مثل فرش دستباف است، اینکه در نهایت چقدر زیبا و باکیفیت از کار دربیاید بستگی به عملکرد بافنده دارد. در سایر کشورها شغل نانوا هم‌تراز و هم‌حقوق با شغل خلبانی است و به نانوا استاد نان می‌گویند و برای این حرفه ارزش زیادی قائل می‌شوند اما متاسفانه در ایران داستان نان متفاوت است، با پوسته و ظاهر خودکفایی گندم و ثابت نگه داشتن قیمت نان و ایجاد یک بازار دستوری و غیررقابتی این صنعت امروز با مشکلات جدی مواجه شده است.

محدودکننده تولید محصول گندم در تمام مناطق زیرکشت آن در کشور و ارائه راهکارهای تحقیقاتی و اجرایی مناسب برای فائق آمدن بر این محدودیت‌هاست. اما طبق اطلاعات منتشرشده وزارت جهاد کشاورزی، میانگین سطح زیر کشت گندم طی سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۷۱ حدود ۶/۳ میلیون هکتار بوده است. تغییرات سطح زیر کشت گندم آبی طی سال‌های مذکور ناچیز و به‌طور میانگین ۲/۳۷ میلیون هکتار بوده است. البته طی سال ۷۹ (به علت خشکسالی) مقدار آن به حداقل ۲/۱ میلیون هکتار کاهش و در سال ۸۶ به ۲/۷۸ میلیون هکتار رسیده است. سطح زیر کشت گندم دیم از ۲/۴۹ میلیون هکتار در سال ۱۳۷۸ تا ۴/۴ میلیون هکتار در سال زراعی ۱۳۸۹-۱۳۸۸ متغیر بوده و میانگین آن از سال ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۳ حدود ۳/۹ میلیون هکتار بوده است. البته افزایش عملکرد در طول این مدت یکسان و مستمر نبوده و طی سال‌هایی تحت تاثیر عوامل اقلیمی به‌خصوص خشکسالی‌ها و نارسایی‌های پشتیبانی با نوساناتی همراه بوده است. بررسی تغییرات عملکرد طی دوره مذکور نشان می‌دهد میانگین افزایش عملکرد سالانه گندم آبی و دیم، بهبود عملکرد گندم آبی و افزایش آن نتوانسته است تاثیر زیادی بر بهبود عملکرد کل گندم کشور داشته باشد، زیرا میانگین عملکرد کل گندم بیشتر تحت تاثیر عملکرد گندم دیم است.

این تغییرات بیانگر این نکته است که به علت نبود دستاوردهای تحقیقاتی کافی در زمینه گندم دیم و عدم معرفی ارقام جدید مناسب اقلیم‌های دیم کشور و عدم ارائه روش‌ها و فناوری‌های مناسب زراعت، گندم دیم نتوانسته نقش مهم و اساسی خود را در افزایش تولید و پایداری آن طی سال‌ها و برنامه‌های مذکور ایفا کند. محدودیت‌های اصلی تولید گندم در ایران در دو گروه قابل بررسی است؛ محدودیت‌هایی که به کاهش عملکرد و کیفیت نانوایی منجر می‌شوند و محدودیت‌هایی که موجب پایین آمدن بهره‌وری تولید گندم می‌شوند. بنابراین باید با تقویت و توسعه تحقیقات گندم آبی و دستیابی به فناوری‌های لازم برای برداشت پتانسیل‌های قابل استحصال از این محصول، تاکید بیشتری بر ایجاد پتانسیل ژنتیکی و توصیه‌های زراعی و فناوری برای افزایش عملکرد گندم در عرصه‌های دیم کشور داشت.

تلاش رقبا برای کپی‌کاری

بررسی تحولات اخیر زمزم در گفت‌وگو با سعید عبدالهی‌نژاد

شـــرکت زمزم ایران در هفتمین دهـــه عمر خود دچار تحولات تازه‌ای شده است و با یک شعار تازه، سعی در تغییر فضای کاری خود در میان نسل جدید جامعه ایرانی دارد. برخی از تحولات اخیر زمزم در دور جدید مدیریتی، از چشم تیزبین برخی فعالان صنعت هم مغفول مانده و به نظر می‌رســـد نیاز به تشریح بیشتر دارد. بر همین اساس در گفت‌وگوی پیش‌رو که با سعید عبدالهی‌نژاد، مدیرعامل شرکت زمزم ایران، داشته‌ایم، تلاش کردیم تا برخی از این موارد را بررسی کنیم.

درباره رتبه و سهم بازار زمزم ایران در صنعت محصولات نوشیدنی توضیح بفرمایید.

شرکت زمزم ایران در آستانه ۷۰سالگی خود، با عنوان نخستین تولیدکننده نوشابه در ایران علاوه بر قدمت، توانسته سبد متنوع محصول و نوشیدنی‌های متعدد گازدار و بدون گاز را در حجم‌های مختلف به مردم ایران و منطقه معرفی کند. زمزم هم‌اکنون با فروش بالغ بر ۸۰۰ میلیون لیتر در سال، رتبه بالایی در میان فروشندگان نوشیدنی‌های گازدار و بدون گاز به خود اختصاص داده و همواره در رقابت با شرکت‌های بین‌المللی و داخلی توانسته جایگاهی درخور توجه داشته باشد. به جرات می‌توان گفت برند زمزم در کشور همیشه در میان سه رتبه اول فروش محصولات در بازار قرار داشته و علاوه بر بازار داخل، در بسیاری از کشورهای همسایه نیز علاقه‌مندان زیادی دارد.

جایگاه کـــدام محصولات زمزم را در صنعت محصولات نوشـــیدنی برتر ارزیابی می‌کنید؟

زمزم ایران همواره در بازار نوشیدنی حرف‌های زیادی برای گفتن داشته و محصولات نوستالژیکش در خاطره و سفره مردم بوده است. اما در سال‌های اخیر علاوه بر محصولات گذشته، محصولات شاخص جدیدتری همچون لیموناد اصل، دوغ آبعلی، زمزم انرژی و محصولات متفاوتی همچون نوشابه شاتوت، کاکتوس، انار، اورنج آپ و... دارای رتبه‌های برتر در میان دیگر رقبا بوده است. به جرات می‌توان برای محصول لیموناد در بازار، شعار «لیموناد اصلش زمزمه» را یک حقیقت دانست چرا که تمام رقبا سعی در کپی‌سازی این محصول داشته و دارند. و همین محبوبیت طعم و اصالت باعث شده رقبای زیادی سعی در شبیه‌سازی ظاهری و طعمی آن داشته باشند.

در شرایط کنونی، چگونه می‌خواهید سهم بازار داخلی را حفظ کنید و ارتقا دهید؟

ارتقای سهم بازار شامل مولفه‌های متنوعی است که در حال حاضر بر تمام این موارد، کار فنی و تخصصی در حال انجام است، اما در کل می‌توان این‌گونه گفت که زمزم اگر بر مولفه‌های اصیل بازاریابی و بازارسازی نظارت دقیق‌تری داشته باشد، راهی روشن پیش‌رو دارد. ما بر انجام روش‌های علمی و نوین اهتمام داریم و در این دوره مدیریتی تلاش داریم تا علاوه بر حفظ سهم فعلی، سهم بازار خود را افزایش دهیم.

مزیت‌های رقابتی زمزم در مقایسه با رقبای اصلی خود را در چه مولفه‌هایی می‌دانید؟

زمزم از مزایای رقابتی متعددی برخوردار است که به اختصار می‌توانم به مواردی از مزایای زمزم اشـــاره کنم. «سبد کالای محبوب» زمزم با حداقل ۱۰ محصول، از جمله سبدهای کالایی اســـت که دارای رتبه بالای فروش در بازار است. همچنین زمزم با داشـــتن ناوگان گسترده پخش و فروش در کل کشور دارای سیستم پخش قوی و توزیع مویرگی است. از سوی دیگر تعدد مراکز تولیدی در سطح کشور در ۱۳ نقطه باعث شده شاهد کاهش هزینه‌های توزیع باشیم. داشتن نیروهای متخصص جوان و کارآمد در واحدهای مختلف در کنار تجربه ۷۰ساله ذخیره‌شده در این شرکت، مزیت دیگر زمزم است.

برنامه‌های شما برای حفظ و ارتقای این مزیت‌ها چیست؟

برای پاسخ به این پرسش باید بگویم که برند زمزم، یک برند ملی اســـت که اعتماد مصرف‌کنندگان به این برند ملی همواره باعث افتخار همکاران من در این مجموعه بوده است. از این‌رو این پشتوانه مردمی همراه با ارتقای مزیت‌های دانشی و فنی باعث رشد این برند خواهد شد. در کنار این موضوع، حفظ این مزایا با تکیه بر افزایش انگیزه کارکنان، ارتقای دانش، مهارت و توانایی راهی اســـت که ارتقای ما را میسر خواهد کرد. همچنین برنامه‌های مدنظر شرکت در شاخه‌های مختلف توسعه تولید، توسعه تحقیقات بازار، توسعه واحد بازاریابی و فروش، توسعه سهم بازار و توسعه واحدهای کنترل کیفی نیز مطرح است.

به طور کلی چشم‌انداز آینده این برند را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

چشـــم‌انداز زمزم در ابتدا تبدیل شـــدن به رتبه اول میان رقبای داخلی و سپس در منطقه است. زمزم ایران چشم‌انداز و دورنمای صادراتی بزرگی را پیش‌روی خود متصور است و با توجه به تحولات منطقه از لحاظ سیاسی و فرهنگی و افزایش پذیرش و مقبولیت برندهای اسلامی، به دنبال تولید فراسرزمینی و تبدیل شدن به یک برند بین‌المللی است.

فرصت‌ها و چالش‌های پیش‌رو از دیدگاه شما چیست؟

چالـــش اصلی زمزم کـــه در منطقه اقیانوس قرمـــز فعالیـــت دارد، افزایش رقبا و سرمایه‌گذاری‌های گسترده‌ای است که در این صنعت انجام شده است. ما در این مسیر در صورت عدم توسعه سرمایه‌گذاری در تولید، بازار و خرید دستگاه‌های جدید با چالش‌های زیادی روبه‌رو خواهیم بود. ارزش برند زمزم در ایران و جهان فراتر از هر کلامی است و با این برند و نشان پرافتخار کارهای بزرگی می‌توان انجام داد که نام نوشیدنی ایرانی زمزم را در کنار فرش و پسته ایران مطرح خواهد کرد.

نوآوری‌ها و بهبودهایی که شرکت در محصولات خود ایجاد کرده است، چه بوده‌اند؟

زمزم به جرات در ایجاد نوآوری و بهبود محصولات، سرآمد شرکت‌های تولیدی کشور بوده، تا جایی که رقبا با رصد دائمی محصولات زمزم، همیشه سعی در کپی کردن ناقص از این محصولات داشته‌اند. همین نکته گویای خلاقیت این شرکت بوده است. به صورت عمومی، زمزم در هر سال یک یا چند محصول جدید را به سبد کالایی خود اضافه کرده که سبب ایجاد نوآوری در زمزم می‌شود.

چشم‌انداز توســـعه محصولات جدید در آینده چیســـت؟ بر روی چه زمینه‌هایی تمرکز خواهید داشت؟

زمزم توسعه محصولات جدید را ادامه خواهد داد. آنچه مهم است، حرکت به سمت تولید محصولاتی با داشتن مزایای سلامت‌محور است که چشم‌انداز آتی زمزم را، حذف مواد مضر و بهبود ســـلامت‌محوری کرده اســـت. به صورت نمونه، در حال حاضر تولید محصولات بدون کالری با حذف آسپارتام و استفاده از رنگ‌های طبیعی مانند بتا کارتن و اضافه کردن ویتامین‌ها و شیرین‌کننده‌های طبیعی غیرمضر، در حال اجراست. همچنین بهره‌گیری از شـــیرین‌کننده‌هایی همچون استویا در محصولات تولیدی و بهره‌گیری از استانداردهای روز جهانی به صورت جدی در حال پیگیری است.

چالش اصلی زمزم که در منطقه اقیانوس قرمز فعالیت دارد، افزایش رقبا و سرمایه‌گذاری‌های گسترده‌ای است که در این صنعت انجام شده است. ما در این مسیر در صورت عدم توسعه سرمایه‌گذاری در تولید، بازار و خرید دستگاه‌های جدید با چالش‌های زیادی روبه‌رو خواهیم بود.

ایران را گلستان می‌کنیم

فرصت‌ها و چالش‌های صنعت گلاب در ایران در گفت‌وگو با شهرام راهب

صنعت کشاورزی ایران از دیرباز جایگاه بسیار مهمی در صادرات به کشورهای دنیا داشته و محصولات تولیدی ایرانی در این حوزه بازارهای بسیار خوبی را به روی ایران گشوده‌اند، با این حال به تدریج با قوانین دست‌وپاگیر در این حوزه، کم‌آبی، تورم‌های بالا و مشکل نقل و انتقال پول این نام و آوازه دستخوش نزول شده است. از سوی دیگر رقبای قدرتمندی در جهان ظهور کرده‌اند که توانسته‌اند سهم ایران را در بسیاری از بازارها کاهش دهند و رتبه‌های برتر را از کشور ما بگیرند. با این حال صنعت گلاب از صنایعی است که هنوز رتبه اول دنیا را در اختیار دارد و توانسته جایگاه ویژه‌ای را برای برند گلاب ایران ایجاد کند. در این ارتباط با مهندس شهرام راهب، نایب‌رئیس گروه صنعتی راهب گفت‌وگو کرده‌ایم و نظر او را درباره صنعت گلاب ایران و جایگاه این صنعت در جهان جویا شده‌ایم که در ادامه می‌خوانید.

در حال حاضر وضعیت تولید گلاب ایران از منظر مقایسه با تولیدات جهانی این محصول چگونه است و کدام کشورها در این زمینه در رقابت با ایران هستند؟

با آنکه کشورهای بلغارستان، هند، مراکش، لبنان و ترکیه و اخیراً عربستان به تولیدکنندگان گل و گلاب جهان پیوسته‌اند، اما ۶۵ تا ۷۰ درصد از کل تولید گلاب جهان در اختیار ایران است و از این منظر رتبه نخست جهان را در اختیار داریم. در حال حاضر در ۱۶ استان کشور گل محمدی کشت می‌شود و بخش وسیعی از زمین‌های کشاورزی زیر کشت گل محمدی است و ایران رتبه اول تولید گل محمدی را در جهان دارد و خوشبختانه برند گلاب ایران حرف اول را در جهان می‌زند و «گلاب ربیع» نیز توانسته به یک برند جهانی تبدیل شود و امیدواریم در آینده شاهد رشد و ارتقای نام برندهای ایرانی در جهان باشیم.

در حال حاضر مهم‌ترین موضوعاتی که به تهدید در حوزه تولید گل محمدی و گلاب تبدیل شده چه مواردی است؟

صنعت گلاب در ایران یک صنعت رو به رشد است، اما قیمت بالای گل و کاهش مصرف گلاب در کشور دو تهدید جدی برای این صنعت هستند. متاسفانه اخیراً مصرف گلاب در سبد خانوار ایرانی کاهش یافته، هرچند مصرف این محصول در خارج از کشور روند رو به رشدی را تجربه می‌کند. در عین حال کمبود آب در کشور مشکلات گل‌کاران و تولیدکنندگان گلاب را افزایش داده و امیدواریم این معضلات برطرف شوند. با تمام این اوصاف خوشبختانه کارخانه ایران گلاب، تولید را در سال‌های گذشته افزایش داده و در نتیجه صادرات به کشورهای خارجی افزایش یافته و این موضوع مانع افت صنعت با توجه به چالش‌های موجود نشده است. البته با توجه به گرانی گل محمدی، کارخانه ایران گلاب مسیر خود را در این زمینه با افزایش تولید و بهره‌برداری بیشتر از طریق کشت ده میلیون نهال گل محمدی ادامه می‌دهد. یکی از شعارهای محوری زنده‌یاد حاج مجید راهب این بود که «ایران را گلستان خواهیم کرد»، از این رو در این مسیر کشت گل محمدی در منطقه کاشان رشد خوبی را در این سال‌ها تجربه کرده و خرید از سایر استان‌ها نیز کمک موثری به توسعه این صنعت کرده است.

بیشترین میزان صادرات گلاب به کدام کشورها صورت می‌گیرد؟

کشورهای حوزه خلیج فارس، اروپا، آمریکا و استرالیا خریداران گلاب ایرانی هستند و اخیراً کشورهای شرقی مانند چین به جمع خریداران ما اضافه شده‌اند و مدیران فروش شرکت مشغول رایزنی با کشورهای دیگر هستند که صادرات بیشتری به سراسر جهان داشته باشیم. یکی از کاربردهای گلاب در صنایع آرایشی و بهداشتی است، اما امروزه در حوزه پوست و مو و حوزه‌های دارویی و آرام‌بخش نیز کاربرد دارد و در اروپا گلاب ربیع به عنوان یک محصول دارویی شناخته می‌شود؛ به خصوص در مورد کرم‌هایی که با اساس گلاب تولید می‌شود و همچنین استفاده از غنچه گل محمدی، روغن ماساژ با استفاده از گلاب و... همگی جزو مصارف اصلی این محصول در کشورهای دیگر هستند. همچنین عرضه شربت‌ها و نوشیدنی‌ها با طعم گلاب که اهداف دارویی دارند باعث تنوع صادرات و مصرف این محصول شده است.

در حوزه صادرات گلاب با چه مشکلاتی روبه‌رو هستید؟

یکی از مشکلات صادرات گلاب، تحریم‌هاست. مشتریان خارجی به دلیل موانع نقل‌وانتقال پول با مشکلات زیادی در مراوده با صادرکنندگان ایرانی روبه‌رو هستند. از طرفی در مورد گلاب، قیمت گل محمدی در مقایسه با ترکیه و بلغارستان بالاتر است و این کشورها از این فرصت به خوبی استفاده کرده و گلاب تولید و صادر می‌کنند که این موضوع به یک تهدید برای صادرات ما تبدیل شده است و رقابت ما با این کشورها دچار چالش خواهد شد. در حال حاضر قیمت گل محمدی در کشورهای دیگر رقمی در حدود ۶۰ سنت است، اما در ایران ۱/۲ دلار است که تفاوتی فاحش را نشان می‌دهد. در عین حال حمایت دولت‌ها در بخش کشاورزی اعم از تجهیزات آبیاری و تسهیلات بدون بهره به کشاورزان و تولیدکنندگان گلاب، رقابت را برای ما دشوار کرده است؛ با این حال ایران گلاب توانسته جای خود را در این صنعت بر مبنای ارائه گل باکیفیت باز کند و امیدواریم با وجود همه این مشکلات به دلیل تنوع محصولات بتوانیم جایگاه خود را در بازارهای جهانی حفظ کنیم. خوشبختانه واحد تحقیق و توسعه شرکت دست به ارتقای تنوع محصولات زده و با طراحان داخلی و خارجی در مورد بسته‌بندی و شکل ظاهری محصولات با استفاده از تکنولوژی‌های جدید رایزنی و اقدام کرده‌ایم، از این رو با بسته‌بندی‌های جدید، محصولاتی مانند افشانه‌ها و غنچه گل محمدی و... به‌روزتر و شکیل‌تر روانه بازار خواهد شد.

در حوزه صنعت گلاب در حال حاضر چه جایگاهی را در ایران و جهان در اختیار دارید؟

در کنار صادرات زعفران، پسته و فرش ایرانی، شرکت ایران گلاب توانسته گلاب ایرانی را به عنوان محصول عمده صادراتی به جهان معرفی کند و در این سال‌ها شاهد افزایش صادرات گل، گلاب و غنچه گل بوده‌ایم و با توجه به اینکه با ارائه مشوق‌ها به کشاورزان در ۱۶ استان کشور گل محمدی تولید شده است، باید بگویم که شرکت ایران گلاب رتبه نخست تولید گلاب و اسانس را در سطح جهان و ایران دارد.

شما در زمینه افزایش صادرات چه برنامه‌هایی در آینده در دستور کار دارید؟

موضوع اول حفظ و افزایش کیفیت گلاب است و دوم، توجه به نوع بسته‌بندی و در نهایت ارتقای میزان تولید از موضوعاتی است که به عملکرد شرکت برمی‌گردد، ولی بخش دیگر موضوع نقل و انتقال پول است که امیدواریم این مانع برداشته شود و کار برای همه صادرکنندگان آسان شود. از طرفی در حال مطالعه روی کشورهایی هستیم که می‌توانند مقاصد خوبی برای گلاب باشند تا نمایندگی‌هایی را در کشورها و بازارهای جدید ایجاد کنیم و بتوانیم به این شکل سهم خود را در بازارهای جهانی افزایش دهیم. از سوی دیگر برای بهبود صادرات باید به سمت محصولاتی رفت که در کشورهای دیگر ناشناخته‌اند که برای این منظور صادرات محصولاتی مانند انواع شربت‌های گیاهی و اسطوخودوس و... را در قالب بسته‌های صادراتی در دستور کار داریم.

برای بهبود صادرات باید به سمت محصولاتی رفت که در کشورهای دیگر ناشناخته‌اند که برای این منظور صادرات محصولاتی مانند انواع شربت‌های گیاهی و اسطوخودوس و... را در قالب بسته‌های صادراتی در دستور کار داریم.

چالش‌های صنعت پخش

اقتصاد کشور

۱ تورم بالا در اقتصاد و رشد روزافزون هزینه‌های تولید

۲ اتکای قیمت محصولات مختلف به‌خصوص در حوزه دارو و کالاهای اساسی به ارز دولتی

۳ رشد شدید هزینه‌های تولید ناشی از مشکلات اقتصادی از جمله هزینه دستمزد، مالیات، بیمه و...

۴ کاهش واردات بسیاری از کالاها و در نتیجه چالش تامین مواد اولیه برای تولید

۵ تحریم و اثرات آن بر روی حوزه پخش با نگاهی به تامین سخت‌افزار موردنیاز صنعت

۶ رشد شدید هزینه‌های انبارداری، سوخت، لجستیک و...

۷ کمبود نقدینگی شرکت‌های پخش به دلایل متعدد که باعث بدهکاری بالای فعالان این صنعت شده است.

۸ کاهش تقاضا برای کالاهای بادوام و کاهش قدرت خرید مردم و عدم تقاضای موثر در بازار

چالش‌های داخلی

۶ قوانین دولتی و بخشنامه‌های مشکل‌دار و متناقض

۷ تعدد مراکز تصمیم‌گیری و تداخل وظایف بسیاری از این نهادها

۶ ضعف نظام اطلاعاتی دقیق از تقاضا

۷ حاشیه سود پایین تولید در کشور

۸ اتکای هلدینگ‌های تولیدی به شرکت‌های پخش وابسته خود

خرده‌فروشی

تعدد و پراکندگی مراکز خرده‌فروشی در شهرها و روستاها و...

حبس بخش زیادی از سرمایه تولیدکنندگان در قفسه فروشگاه‌های سنتی و بقالی‌ها

تعدد واحدهای صنفی فاقد پروانه کسب

عدم اعتماد به فعالیت خرده‌فروشی و کاهش استقبال از آن

هزینه‌های بالای خرده‌فروشی و کارایی پایین توزیع در این سطح

رکود در بخش خرده‌فروشی سنتی به‌دنبال توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای

نبود سیستم‌های هدفمند نرم‌افزاری و سنتی بودن خرده‌فروشی

مشکلات ناشی از فروشگاه‌های زنجیره‌ای در کشور

چالش‌های دولتی

۱ سیاست‌گذاری‌های مداوم و نادرست در حوزه پخش

۲ مداخله‌های همیشگی به بهانه نظارت

۳ تعیین حاشیه سود در حداقل مقدار که پوشش‌دهنده هزینه‌ها نیست.

۴ عدم حمایت دولت از صنعت پخش و نگاه دلالی به صنعت

۵ تعدد سامانه‌ها و زیرسامانه‌ها و هزینه‌های ثبت کالا در سامانه‌ها

۱ هزینه‌های روزافزون پخش به دلیل ساختار سنتی و چالش‌های دولتی کارایی پایین

۲ حاشیه سود ناچیز و عدم پوشش هزینه‌های پخش و توزیع

۳ بدهی‌های دولتی به شرکت‌های پخش دارویی و کاهش شدید نقدینگی کشورها

۴ وابستگی شرکت‌های پخش به هلدینگ‌ها و کمبود شدید شرکت‌های پخش مستقل

۵ چالش‌های موجود در حوزه کالا در سامانه‌های فناوری و نرم‌افزاری

۶ بی‌علاقگی سرمایه‌گذاران برای ورود به این صنعت

۷ فرصت‌های نابرابر بین شرکت‌های مستقل و وابسته در صنعت

۸ بی‌علاقگی نسبت به تاسیس شرکت‌های لجستیک

تولیدکننده

۱ هزینه‌های بالا در بخش‌های انبارداری، لجستیک و...

۲ تغییرات مداوم قیمت تولیدکننده و هزینه‌های تولید

۳ چالش‌های تامین کالا از تولیدکننده‌های متعدد و وابستگی به تولیدکننده‌های انحصاری

۴ چالش‌های مربوط به توسعه‌نیافتگی و عدم کارایی در حوزه لجستیک

۵ شیوه‌های بازاریابی و فروش سنتی در بخش تولید

فناوری‌های پخش

۱ سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع سازمانی ERP

به یکپارچه‌سازی و مدیریت کارآمد فرآیندهای کسب‌وکار از جمله حسابداری، تولید و فروش کمک می‌کند.

۲ سیستم‌های مدیریت انبار WMS

کنترل و نظارت بر عملیات انبارداری از جمله ذخیره‌سازی، جابه‌جایی و پردازش را بهبود می‌بخشند.

۳ سیستم‌های مدیریت حمل‌ونقل TMS

برای مدیریت هزینه‌های حمل‌ونقل، بهینه‌سازی مسیرها و زمان‌بندی تحویل کالاها مؤثر است.

۴ بارکدینگ RFID

برای ردیابی سریع‌تر و دقیق‌تر محصولات در زنجیره توزیع و کاهش خطاهای مرتبط با سفارش‌ها.

۵ پلت‌فرم‌های تحلیل داده و هوش مصنوعی AI

استفاده از تحلیل داده‌ها برای درک بهتر الگوهای تقاضا و بهینه‌سازی موجودی.

۶ فناوری اینترنت اشیا IoT

برای جمع‌آوری داده‌ها در زمان واقعی از فرآیندهای توزیع به بهینه‌سازی مدیریت زنجیره تامین کمک می‌کند.

۷ نرم‌افزار پخش مویرگی

به شرکت‌های پخش کمک می‌کند تا فروش محصولات خود را بهینه سازی کنند.

۸ افزار سفارش‌گیری موبایل آنلاین

بهبود سرعت و دقت در تحویل، مدیریت سفارش‌ها، ارائه مکان دقیق و به روزرسانی‌های لحظه‌ای

اینفوگرافیک: علیرضا تاجیک

احمد شیروانی
دبیرکل انجمن صنعت پخش ایران

متولی پیشرفت

چرا صنعت پخش متولی ندارد؟

هیچ صنعتی تک‌بعدی نیست، نمی‌توان یک کارخانه را در نظر گرفت و گفت محصول نهایی تولیدش چرخ صنعت را می‌چرخاند. به همین علت است که در اقتصاد برای صنایع از عنوان زنجیره استفاده می‌کنیم. زنجیره‌ای از علل و عوامل شکل می‌گیرد تا چرخ صنعتی بچرخد.

بیش از نیم‌قرن است که شیوه تولید از وضعیت سنتی خارج و صنعتی شده است. بر همین اساس نوع توزیع محصول نیز شکل جدیدی به خود گرفته و با ایجاد هلدینگ‌ها ساختار توزیع در مسیر درستی پیش رفته تا نیاز تولیدکننده و مصرف‌کننده را برآورده کند. با ذکر این موضوع می‌خواهم یادآوری کنم که صنعت پخش رابط مهمی از زنجیره تولید تا مصرف است. اگر این قسمت از زنجیره درست کار نکند و درست پیش نرود، زحمت تولیدکننده به نتیجه نخواهد رسید و نیاز مشتری برآورده نخواهد شد. گفته شده قبل از انقلاب تنها چهار شرکت کار توزیع فرآورده‌های مختلف لبنی، دارویی، غذایی و بهداشتی را انجام می‌دادند، اما امروز بیش از چهار هزار شرکت توزیع و دو هزار شرکت توزیع فعال در سراسر کشور نسبت به تامین مواد مورد نیاز مردم اقدام می‌کنند که تلاش می‌شود تولیدات کارخانه‌ها به مصرف‌کننده و بازار برسد. این رقم نشان می‌دهد که ما با یک صنعت پیچیده روبه‌رو هستیم؛ پس مانند هر موضوع پیچیده دیگری خالی از اشکال، ایراد، چالش و مانع نیست.

موانع پیش‌روی صنعت

من به عنوان یکی از کسانی که برای سال‌ها مشکلات این صنعت را رصد کرده و درصدد رفع آن برآمده بارها گفته‌ام که یکی از بزرگ‌ترین مشکلات و موانع در بخش اول، این است که متاسفانه صنعت پخش متولی ثابتی ندارد و وظایف این شرکت‌ها در میان نهادهای حاکمیتی تقسیم شده است. در حال حاضر بخشی از وظایف را سازمان غذا و دارو و وزارت بهداشت، بخشی از وظایف را وزارت صمت و بخشی دیگر را وزارت جهاد کشاورزی بر عهده گرفته است. بنابراین در شرایطی که صنعت پخش متولی ثابتی ندارد، فعالان این عرصه به هر میزان که تلاش می‌کنند برنده معادله نیستند. در همه جای دنیا، عموماً مسائل حوزه‌هایی مانند حوزه پخش مربوط به وزارت صمت یا بازرگانی است. اما در ایران موضوعات این بخش بین سازمان‌ها و نهادهای مختلف تقسیم شده که از این بابت آسیب‌های جدی متحمل می‌شود. ما امیدواریم صنعت پخش متولی ثابت پیدا کند تا بتوانیم مشکلات را از طریق یک وزارتخانه پیگیری کنیم. وقتی از متولی سخن می‌گوییم، به این معنا نیست که حتماً باید راس هرمی وجود داشته باشد تا کارها پیش برود؛ خیر، منظور آن است که باید جمعی از دست‌اندرکاران بر رفع مشکلات و پیشنهاد روش‌های جدید متمرکز شوند تا فعالان حوزه مربوطه بدانند در صورت بروز مشکل دقیقاً با چه کسی و چه نهادی و چه قانون واحدی در ارتباط هستند. دلایل منطقی و علمی زیادی می‌توان ذکر کرد تا اثبات شود چرا صنعت پخش به عنوان یکی از حلقه‌های مهم صنایع دیگر نیاز به متولی دارد. شرایط اقتصادی به ویژه اقتصاد تحریمی، قوانین متعدد و گاه متناقض، عقب‌ماندگی از تکنولوژی روز، عدم جذب سرمایه‌های جدید و... از جمله مهم‌ترین موانع پیش‌روی صنعت پخش است که اگر این صنعت یک متولی واحد داشته باشد می‌تواند با بسیاری از این موانع بجنگد و برای بسیاری از آنها راه چاره بیندیشد. در زیر به بررسی چند مورد از این موانع می‌پردازم تا ضرورت نقش متولی واحد بیشتر مشخص شود.

مهم‌ترین بخش از دید خیلی از فعالان اقتصادی موانع سرمایه‌گذاری است. از یک سو مشوق‌های جدی برای حضور بخش خصوصی در حوزه سرمایه‌گذاری این صنعت دیده نشده و از سوی دیگر، تحریم‌ها مانع جذب سرمایه خارجی شده است. این در حالی است که به دلیل تحریم‌ها، فعالان این صنعت با یک شمشیر دولبه روبه‌رو هستند؛ یعنی هم از جذب سرمایه بازمانده‌اند و هم از حضور در بازار بین‌المللی جا مانده‌اند. نکته بعدی این است که به‌رغم تمام پیشرفتی که در صنعت پخش داشته‌ایم؛ هنوز فاصله معناداری با رکوردهای جهانی داریم. متاسفانه در کشور ما همچنان عملیات پخش به روش سنتی انجام می‌شود؛ در صورتی که کشورهای دنیا از بحث تشکیل شرکت‌های پخش سنتی، عبور کرده و به سمت شرکت‌های تریپل، فوریپل و فایوپل حرکت کرده‌اند که همین باعث کاهش هزینه‌ها، سرعت و بهره‌وری بالای آنها شده است. چه کسی است که نداند سنتی بودن صنعت پخش تاثیر مستقیمی در افزایش هزینه‌ها دارد. اگر انبارهای شرکت‌های پخش فعال در ایران را مشاهده کنید، می‌بینید چیدمان و استفاده از انبارها به طور کاملاً سنتی مدیریت می‌شود و طی سال‌های اخیر پیشرفت چندانی در این حوزه حاصل نشده است؛ در صورتی که انبارهای مدرن شرکت‌های تریپل و فوریپل، شرکت‌های با حداقل نیروی انسانی، حداکثر بهره‌وری و کارایی را دارند.

لزوم گذر از فعالیت‌های سنتی

دور از انصاف است اگر نگوییم که در دو بخش نرم‌افزاری و سخت‌افزاری طی سال‌های اخیر، اقدامات خوبی انجام گرفته و فاصله ما با دنیا کمتر شده است. برخی شرکت‌های داخلی در این حوزه به مرحله‌ای رسیده‌اند که می‌توانند برای شرکت‌های پخش، نرم‌افزار تولید کنند، اما در واقع سنتی بودن صنعت پخش بیشتر به فرهنگ توزیع ما برمی‌گردد. به طور مثال ما هنوز این فرهنگ را داریم که هر کامیونی که کالا و بار خود را زودتر به سوپرمارکت‌ها برساند، در جایگاه بهتری در قفسه‌ها قرار می‌گیرد و این مسئله ناشی از آن است که ما اصرار به فعالیت سنتی داریم. عموماً بخش عمده‌ای از فضای خودروهای شرکت‌های پخش را هوا اشغال می‌کند؛ یعنی شرکت‌ها ترجیح می‌دهند که صرفاً کالاهای خودشان را حمل کنند و کالاهای دیگران را حمل نکنند که همه اینها باعث افزایش هزینه می‌شود. همه ما می‌دانیم که اگر به سمت شرکت‌های Third Party لجستیک برویم، شرایط به طور کلی متفاوت می‌شود و خودرویی که وارد یک سوپرمارکت می‌شود، کالاهای چند شرکت تولیدکننده را با خود حمل می‌کند که البته قبلاً از طرف آن شرکت‌ها سفارش‌گیری و بازاریابی انجام شده است. به این ترتیب محصولاتی با برندهای مختلف به وسیله یک خودرو در یک سوپرمارکت تخلیه می‌شود. چرا که تردد و توقف خودروهای متعدد حمل کالا و بار در سطح خیابان‌ها و محلات شهر، مسائلی را ایجاد می‌کند. برای جلوگیری از این امر، راهکار پیشنهادی ما به شهرداری این است که مثل ایستگاه‌های اتوبوس، مکان‌هایی را برای توقف خودروهای پخش در سطح شهر ایجاد و سپس کالاها را از آنجا به سمت فروشگاه‌ها حمل کنند. وقتی فضای مناسب برای پارکینگ خودروهای پخش پیش‌بینی نشود؛ طبیعی است که این خودروها چاره‌ای به جز توقف در سطح معابر ندارند که این مسئله مشکل‌ساز می‌شود. با طرح این مشکل بار دیگر به موضوع متولی واحد اشاره می‌کنم. آیا اگر متولی واحدی در این صنعت وجود داشت، این موانع به سبک و روش راحت‌تری بیان نمی‌شد و متولی توان پیگیری‌اش را پیدا نمی‌کرد؟

من در اینجا نمی‌خواهم فقط به نقش دولتی‌ها اشاره کنم که مثلاً بگویم فلان وزارتخانه باید تشکیل شود یا قبول مسئولیت کند تا موانع ما برطرف شوند. اتفاقاً می‌خواهم بگویم اگر قرار است یک ارگان متولی این صنعت شود، باید از انجمن تخصصی این حوزه نظرخواهی کند و مشورت بگیرد. پیشتر هم گفته‌ام که در آستانه انتخابات همواره می‌شنویم که انجمن‌ها باید بازوان فکری و مشاوره‌ای باشند؛ اما در عمل هیچ کدام از این شعارها عملیاتی نمی‌شود و ناگهان می‌بینیم پشت درهای بسته تصمیماتی گرفته می‌شود که در بیشتر مواقع به ضرر فعالان این عرصه است. درخواست ما در مباحث مربوط به قانون‌گذاری این است که از فعالان شاخص این عرصه کمک بگیرند.

سهراب کارگر
رئیس هیات‌مدیره انجمن ملی صنعت پخش ایران

در آستانه

چرا صنعت پخش غذا در معرض زیان‌دهی قرار گرفته است؟

وقتی یک فعال اقتصادی در صنعتی مشغول به کار می‌شود، می‌خواهد با توجه به توانایی، تجربه و دانش خود سودآفرینی کند. اگر مقوله سود در فضای اقتصادی وجود نداشته باشد، بازار اقتصادی شکل نخواهد گرفت. برعکس این موضوع هم صادق است، وقتی بازار اقتصادی با رکود مواجه می‌شود یا بیم ضررش وجود دارد، فعال اقتصادی باهوش، پیش از زیان‌دهی خود را از بازی عقب می‌کشد که در نهایت موجب سقوط آن بازار می‌شود. اقتصاد ایران هم از این معادله به دور نیست؛ صنایع فعال در این اقتصاد از جمله صنعت پخش و صنایع وابسته به آن هم همین مسیر را پی می‌گیرند، یعنی اگر سود وجود داشته باشد فعالان اقتصادی بازیگران صنعت خواهند بود و اگر صنعت زیان‌ده باشد، در این زمین بازی بازیگری وجود نخواهد داشت. یادمان نرود که سرمایه و سرمایه‌گذار جایی خواهند بود که امنیت وجود دارد. امنیت را تکنولوژی، دانش، رقابت سالم، قوانین شفاف و هماهنگی میان تمامی ارکان فعال در اقتصاد و سیاست می‌سازند. در این یادداشت تلاش می‌کنم بر اساس صحبت‌های پیشینم و داده‌ها و با تشریح وضعیت موجود، بگویم که چگونه صنعت پخش غذا همسو با بسیاری از صنایع در مسیر زیاندهی قرار گرفته است. بنا بر گزارش بانک جهانی که در سال ۲۰۲۲ منتشر شد، صنعت لجستیک، جزو ۱۰ صنعت برتر توسعه‌یافته در دنیا بوده و پیش‌بینی می‌شود که حد فاصل سال‌های ۲۰۲۳ تا ۲۰۳۰ میلادی جزو پنج صنعت برتر دنیا قرار گیرد که این مسئله نشان‌دهنده این است که صنعت لجستیک توانسته جایگاه خود را در دنیا پیدا کند. متاسفانه همان‌طور که پیشتر هم گفته شده است، صنعت لجستیک ایران در جایگاه ۱۲۳ در میان ۱۳۹ کشور جهان و در کنار کشورهایی نظیر بورکینافاسو، قزاقستان، سوریه و ونزوئلا قرار گرفته است که نشان می‌دهد در طول پنج سال گذشته دچار افت شده است. این مسئله جایی بیشتر خود را نشان می‌دهد که بنا بر این گزارش، عربستان سعودی در رتبه ۳۸ جهان، عمان ۴۳ و امارات متحده عربی در جایگاه هفتم جهان قرار گرفته‌اند. موقعیت استراتژیک کشور ما به شدت نیازمند توسعه صنعت لجستیک است و متاسفانه تامل در این آمار حکایت از وارد شدن زیان به زنجیره تامین کشور دارد و نشان می‌دهد که در برنامه‌های بالادستی نیز برنامه‌ای برای ارتقای صنعت لجستیک وجود ندارد.

چرا مقایسه صنعت حمل‌ونقل ایران با سایر کشورها به ویژه کشورهای همسایه مهم است؟ زیرا موضوع قیمت‌گذاری و هزینه نهایی تولید در میان است. وضعیت فعلی صنعت لجستیک منجر به آن شده که حمل کالایی از بندرعباس تا تهران گاهی معادل ۶۰ درصد بهای کالای حمل‌شده هزینه داشته باشد و این هزینه سربار در نهایت به مصرف‌کننده نهایی تحمیل می‌شود. صنعت پخش هم با توجه به توسعه‌یافتگی صنعت لجستیک می‌تواند بهره‌وری و توسعه بهتری داشته باشد و موجب ارتقای ارزش افزوده زنجیره تامین شود.

یکی از مواردی که برای سال‌ها مورد نقد فعالان این حوزه بوده، نبود متولی واحد در این صنعت است. جایگاه صنعت پخش و لجستیک در چرخه عرضه مشخص و شفاف نیست. معمولاً در همه دنیا توزیع یک متولی دارد، اما در کشور ما متولی توزیع دارو وزارت بهداشت، توزیع صنایع غذایی وزارت صمت، توزیع سوخت وزارت نفت و توزیع لوازم‌التحریر وزارت ارشاد است و این رویکرد موجب عدم تعادل و محوریت در این صنعت شده است. وقتی صنعت لجستیک و پخش، متولی واحدی نداشته باشد، به معنای آن است که نمی‌تواند در زنجیره تامین بهره‌وری ایجاد کند. امروز در برخی شرکت‌های پخش، بهره‌وری توزیع به زیر ۴۰ درصد رسیده است، چرا که تنها کالاهای تولیدی خودشان را توزیع می‌کنند و سازوکار موجود اجازه توزیع کالاهای سایر برندها را نمی‌دهد. این موضوع خود یکی از سدهای مهمی است که مانع سوددهی این صنعت می‌شود. زیان‌دهی در صنعت مدرن زمانی رخ می‌دهد که صنعت از دانش روز به دور باشد. فاصله میان دانشگاه، صنعت و لجستیک زیاد است. امروز متاسفانه نکاتی که در دانشگاه ارائه می‌شود به درد صنعت نمی‌خورد و فعالیت‌های صنعت هم علمی نیست و این‌گونه است که صنعت با دانش روز و متناسب با شرایط جهانی رشد نمی‌کند. در مسیر زیان‌دهی علل مختلفی وجود دارند که در نهایت همه به هم مرتبط می‌شوند. به طور مثال یکی از مشکلات مهم در این زنجیره آن است که چهارچوب قانونی در راستای اطمینان‌بخشی تامین‌کنندگان به شرکت‌های پخش وجود ندارد. تامین‌کنندگان به دلیل حفظ اطلاعات مجموعه خود در برابر رقبا در عمل اطمینان لازم را به شرکت‌های پخش ندارند و از این‌رو غالب شرکت‌های پخش فقط برای یک هلدینگ و یک تامین‌کننده فعالیت می‌کنند.

باید به سودآوری در صنعت لجستیک و به مقوله عدم سرمایه‌گذاری لازم برای ایجاد شرکت‌های لجستیک توجه کرد. به دلیل آنکه عواملی نظیر زمین، خودرو، انبار و تجهیزات چهار عامل گران و کمیاب محسوب می‌شود، معمولاً سرمایه‌گذاری‌های لازم در این بخش صورت نمی‌گیرد. عدم همسویی میان تشکل‌های صنعت لجستیک و عدم ایجاد هم‌افزایی مشکل‌ساز شده است. بر اساس مطالعات انجام‌شده ۲۰ سرعت‌گیر مقابل صنعت لجستیک در کشور وجود دارد که به پنج سرفصل کلی تقسیم می‌شود: فصل زیرساخت‌های سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری و نبود هماهنگی میان دستگاه‌های بالادستی و به طور کلی جایگاه نازل صنعت لجستیک در اسناد بالادستی کشور. فصل زیرساخت‌های فیزیکی به این دلیل که کشور اساساً در شبکه ریلی، بنادر و حمل‌ونقل، زیرساخت‌های لازم را برای پیشرفت صنعت لجستیک ندارد و از این‌رو بهره‌وری در کشور کمتر از ۵۰ درصد است. فصل نظام اطلاعات لجستیک، به این دلیل که اطلاعات منسجم و معقولی در این بخش وجود ندارد. سنتی بودن، کوچک‌مقیاس بودن و خویش‌فرما بودن رانندگان به عنوان فصل دیگر خود را نشان می‌دهد که مانع ایجاد شرکت‌های بزرگ صنعت پخش می‌شود. بگذارید یک علت دیگر زیان‌دهی این صنعت را بازگو کنم: فرسوده بودن ناوگان حمل‌ونقل که در سال‌های گذشته باعث عقب‌گرد از حمل‌ونقل برون‌شهری به درون‌شهری شده، به طوری که متوسط عمر ماشین‌های فعال در ناوگان لجستیک صنعت پخش به ۱۳ تا ۱۴ سال رسیده و خدمات محدود و غیرمتنوع بیمه‌ای با ظرفیت‌های ناکافی فصول دیگری است که سرعت پیشرفت این صنعت را گرفته است.

متاسفانه در کشور ما زنجیره تامین به صورت یک چرخه کامل دیده نمی‌شود، چرا که هلدینگ‌ها و مراکز بزرگ از تامین مواد اولیه تا رساندن کالا به مصرف‌کننده، دارای ساختاری یکپارچه و یکسان نیستند و به همین دلیل بهره‌وری و ارزش افزوده یکسانی در این نوع زنجیره‌ها مشاهده نمی‌شود. اعضای انجمنی که من در آن فعالیت می‌کنم، کالاهای بیش از چهار هزار تامین‌کننده داخلی و خارجی را توزیع می‌کنند؛ هم‌اکنون این صنعت برای بیش از ۱۲۰ هزار نفر به طور مستقیم اشتغال‌زایی کرده و بیش از ۲۵ هزار ناوگان خودرو این صنعت در کشور فعالیت دارند. حدود چهار میلیون مترمربع انبارهای سرپوشیده انجمادی و یخچالی از سوی اعضای این انجمن مدیریت می‌شود. در این میان نقش ۹درصدی GDP ارزش این صنعت در زنجیره تامین مهم است. هیچ فرآیند تجاری و اقتصادی وجود ندارد که در آن زنجیره تامین نقش نداشته باشد. پیشتر در جلساتی به هفت راهکار برون‌رفت صنعت پخش و لجستیک از وضعیت فعلی اشاره کرده بودم. تعیین متولی مشخص صنعت لجستیک در نقش هماهنگ‌کننده و ایجادکننده زیرساخت‌ها، جمع‌آوری قوانین موازی و صدور مجوزهای متعدد، تدوین قانون یکپارچه و فراگیر، خروج دولت از تصدی‌گری و ایفای نقش نظارتی، تغییر نگرش شرکت‌های صنعت پخش و جذب سرمایه و ایجاد هاب‌های لجستیک از جمله راهکارهای برون‌رفت این صنعت از وضعیت فعلی است.

میراسلام تیموری
رئیس هیات‌مدیره انجمن صنایع لبنی

موانع تقسیم

نوآوری در صنعت پخش ایران با چه موانعی مواجه است؟

صنعت پخش در بخش صنایع غذایی نیاز به سه موتور محرکه برای فعالیت دارد. ناوگان حمل‌ونقل، نیروی انسانی، نرم‌افزار پخش. به اختصار در هر سه مورد نکاتی وجود دارد که بیان می‌شود. سرمایه‌گذاری در بخش ناوگان حمل‌ونقل در صنعت پخش به دلیل افزایش بی‌رویه قیمت کامیون در سال‌های اخیر به ندرت صورت گرفته است. عدم امکان واردات به دلیل تحریم‌ها به افزایش قیمت منجر شده که مانع بزرگی برای نوسازی ناوگان حمل‌ونقل بوده است. و این عدم امکان واردات باعث افزایش قیمت ناوگان حمل‌ونقل هم شده است. مشکل بعدی بر سر راه نوسازی ناوگان، عدم سوددهی صنعت پخش است که به دلیل سیاست‌های اشتباه قیمت‌گذاری دستوری و همچنین کاهش بهره‌وری در سیستم حمل‌ونقل به دلیل کاهش تقاضا به‌خصوص در بخش مویرگی است. اختصاص هزینه در بخش سراسری که از ۱۰ درصد شروع شده و به حداکثر ۱۵ درصد ختم می‌شود در بخش عمده‌ای از این صنعت جوابگو نیست. این موضوع در ارتباط با پخش‌های یخچالی بیشتر خودنمایی می‌کند. با توجه به وسعت کشور و محل جغرافیایی استقرار شرکت‌های تولیدی و نوع پخش از جهت مویرگی یا فروشگاه‌های بزرگ، اعمال سیاست واحد منطقی و مفید نیست. نبود قطعات یدکی اصلی و اطمینان از نحوه کارکرد آنها در عملکرد ناوگان حمل‌ونقل قطعاً تاثیرگذار است.

نیروی انسانی مورد نیاز پخش در دو طبقه مهم رانندگان و فروشندگان (ویزیتورها) تقسیم‌بندی می‌شود. در هر دو بخش صنعت پخش با چالش جدی مواجه است. به دلیل نبود تعادل عرضه و تقاضا در هر دو بخش به دلیل نگرش نسل جدید به سبک زندگی، ورود و خروج این گروه از شاغلان به شرکت‌های پخش به شدت افزایش یافته است و این موضوع ثبات در نیروی انسانی را به‌خصوص در پخش مویرگی که نیازمند اعتماد صاحبان صنوف به فروشندگان، موزعین و حتی رانندگان دارد به چالش کشانده است. اعتماد در سایه تعامل درازمدت صورت می‌گیرد ولی ورود و خروج زیاد فروشندگان و موزعین به شرکت پخش نافی این امر است. ورود و خروج زیاد فروشندگان مشکل دیگری را نیز به همراه دارد و آن هم آموزش و تجربه‌اندوزی است. این صنعت نیاز به آموزشگاه‌های حرفه‌ای برای آموزش شاغلان قبل از ورود دارد که کمتر به آن توجه و اهتمام نشان داده شده است. کار فروشندگی در شرایط بازار رقابتی سخت است و نیازمند یک تعامل دوطرفه و بعضاً لحظه‌ای است و قدرت تعامل چه به لحاظ فکری و چه به لحاظ امکان اجرایی باید فراهم شود. از طرف دیگر عدم امکان نوسازی ناوگان حمل‌ونقل باعث شده است که کار رانندگی به‌خصوص در فصول گرم سال به لحاظ آسایش مورد نیاز در داخل کابین با مشکل مواجه باشد، در حالی که آسایش مورد نیاز برای سرنشینان کابین از جهت دمایی برای حفظ سلامت رفتار موزعین با صاحبان صنوف ضروری است.

در ارتباط با نرم‌افزارهای پخش به نظر می‌رسد نرم‌افزارهای موجود که با همت کارشناسان داخل تهیه شده است تا حد زیادی بار مشکلات این بخش را پوشش داده است. تنها نکته‌ای که به نظر می‌رسد و کماکان جای کار دارد بحث بهینه‌یابی مسیر برای کاهش طول مسیر است که به دلیل محدودیت در سرویس‌دهی هنوز به نقطه مطلوبی نرسیده است.

نوع صنعت پخش در ایران با دنیا به دلایل مختلف از جمله پایانه‌های فروش و همچنین تفکر اختصاص انحصاری شرکت‌های پخش به شرکت تولیدی و عدم ترکیب است. صنعت پخش در ایران مختصات خاص خود را دارد که با صنعت پخش در دنیا قابل مقایسه‌نیست.

پخش مویرگی در ایران به دلیل پایانه‌های فروش بسیار زیاد در مقایسه با فروشگاه‌های بسیار بزرگ در خیلی از کشورها قابل مقایسه نیست. هر کشور مختصات خاص خود را دارد که نسبت به آن باید بررسی و نقاط ضعف و قوت مورد توجه قرار گیرد. به نظر می‌رسد بهره‌وری پایین به دلیل تقاضای پایین به‌ویژه در سال‌های اخیر و عدم ترکیب یا تجمیع کار پخش در شرکت‌های مختلف به نقطه ضعف اصلی این صنعت تبدیل شده باشد. ارتقای صنعت پخش به دلیل افزایش قیمت تمام‌شده پخش یک ضرورت است تا از طریق افزایش بهره‌وری به کاهش قیمت تمام‌شده محصول و نهایتاً کاهش قیمت خرید برای مصرف‌کننده بینجامد. مهم‌تر از این اطمینان از رسیدن محصول به حفظ شرایط نگهداری به‌خصوص در محصولات یخچالی است. افزایش سرعت پخش قطعاً می‌تواند به کاهش ضایعات محصولات در بخش محصولات با ماندگاری پایین کمک شایان توجهی کند. گرچه سرعت در پخش ممکن است به کاهش بهره‌وری بینجامد که این کار می‌تواند با ترکیب و تلفیق پخش اصلاح شود. صنعت پخش با داشتن شناسنامه مشخص همچنین امکان سوءاستفاده احتمالی از برندهای معتبر را منتفی و اجازه پخش محصولات تقلبی را غیرممکن می‌کند.

کاهش بهره‌وری در سیستم حمل‌ونقل چه مشکلاتی ایجاد می‌کند؟

کاهش بهره‌وری در سیستم حمل‌ونقل می‌تواند مشکلات متعددی ایجاد کند، از جمله:

- **افزایش هزینه‌ها:** بهره‌وری پایین باعث افزایش هزینه‌های عملیاتی و نگهداری می‌شود.
- **تاخیرها و زمان سفر طولانی‌تر:** کاهش بهره‌وری به ترافیک و زمان‌بندی نامنظم منجر می‌شود.
- **کاهش کیفیت خدمات:** مسافران و مشتریان از خدمات نارضایتی بیشتری خواهند داشت.
- **آلودگی بیشتر:** خودروهای بیشتر در جاده‌ها باعث افزایش آلودگی هوا می‌شوند.
- **استرس و نارضایتی:** مشکلات حمل‌ونقل می‌تواند باعث استرس و نارضایتی افراد شود.
- **کاهش رقابت‌پذیری اقتصادی:** کاهش بهره‌وری می‌تواند به تاخیر در حمل‌ونقل کالاها و کاهش رقابت‌پذیری اقتصادی منجر شود.

کاهش بهره‌وری در سیستم حمل‌ونقل تاثیرات مستقیم و غیرمستقیمی بر صنعت پخش دارد، از جمله:

- **تاخیر در تحویل کالاها:** تاخیرها در حمل‌ونقل باعث می‌شود که کالاها به‌موقع به مقصد نرسند که این موضوع می‌تواند به کاهش رضایت مشتریان منجر شود.
- **افزایش هزینه‌ها:** هزینه‌های حمل‌ونقل بیشتر می‌شود و این هزینه‌ها به‌طور مستقیم بر قیمت نهایی کالاها تاثیر می‌گذارد.
- **کاهش قابلیت پیش‌بینی:** تاخیرها و زمان‌های نامنظم حمل‌ونقل باعث می‌شود که برنامه‌ریزی دقیق برای تحویل کالاها دشوارتر شود.
- **افزایش موجودی‌های احتیاطی:** شرکت‌ها ممکن است مجبور شوند موجودی‌های بیشتری را برای مقابله با تاخیرهای حمل‌ونقل نگهداری کنند که این موضوع هزینه‌های نگهداری و انبارداری را افزایش می‌دهد.
- **کاهش رقابت‌پذیری:** افزایش هزینه‌ها و تاخیرها می‌تواند باعث کاهش رقابت‌پذیری شرکت‌ها در بازار شود.
- **آسیب به زنجیره تامین:** کاهش بهره‌وری حمل‌ونقل می‌تواند به زنجیره تامین آسیب بزند و هماهنگی بین تامین‌کنندگان، تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان را مختل کند.

وحیدرضا طاهری
کارشناس ارشد حوزه توزیع و فروش

چالش سرمایه انسانی

موانع پیش‌روی صنعت پخش برای نوآوری چیست؟

صنعت پخش در جهان جایگاه بسیار مهمی دارد و به عنوان یکی از ارکان اساسی زنجیره تامین در بخش‌های مختلف، به ویژه در صنایع غذایی، شناخته می‌شود. جایگاه این صنعت در دنیا را می‌توان از چندین جنبه بررسی کرد:

■ **نقش اقتصادی:** ۱- اشتغال‌زایی: صنعت پخش یکی از بزرگ‌ترین کارفرمایان در جهان است و میلیون‌ها نفر در این حوزه مشغول به کار هستند. ۲- سهم در تولید ناخالص داخلی (GDP): این صنعت سهم قابل توجهی در GDP بسیاری از کشورها دارد. به عنوان مثال، در کشورهایی که دارای بخش‌های تولیدی و کشاورزی قوی هستند، صنعت پخش نقش مهمی در انتقال محصولات به بازارهای داخلی و بین‌المللی ایفا می‌کند.

■ **توسعه تکنولوژیک:** ۱- نوآوری و تکنولوژی: کشورهای پیشرو در این صنعت، از تکنولوژی‌های پیشرفته‌ای مانند اینترنت اشیا (IoT)، بلاک‌چین، هوش مصنوعی و روباتیک برای بهینه‌سازی فرآیندهای خود استفاده می‌کنند. ۲- بهره‌وری و کارایی: این تکنولوژی‌ها باعث افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها در زنجیره تامین شده‌اند.

■ **دسترسی و توزیع:** ۱- شبکه‌های گسترده توزیع: کشورهای توسعه‌یافته دارای شبکه‌های توزیع گسترده و کارآمدی هستند که امکان دسترسی به محصولات مختلف را در سریع‌ترین زمان ممکن فراهم می‌کند. ۲- ارتباط بین‌المللی: صنعت پخش نقش کلیدی در تجارت بین‌المللی دارد و باعث می‌شود محصولات غذایی از یک نقطه جهان به نقاط دیگر منتقل شوند.

■ **کیفیت و ایمنی:** ۱- استانداردهای بهداشتی: کشورهای مختلف استانداردهای دقیقی برای نگهداری و حمل محصولات غذایی وضع کرده‌اند که صنعت پخش باید از آنها تبعیت کند. ۲- تضمین کیفیت: توزیع‌کنندگان با بهره‌گیری از تجهیزات مناسب و رعایت استانداردها، کیفیت و ایمنی محصولات را تضمین می‌کنند.

■ **پاسخ به تقاضای مصرف‌کنندگان:** ۱- تغییرات در الگوی مصرف: صنعت پخش به سرعت به تغییرات در تقاضای مصرف‌کنندگان پاسخ می‌دهد. افزایش تقاضا برای محصولات ارگانیک، تازه و محلی نمونه‌ای از این تغییرات است. ۲- خدمات مشتری: بهبود خدمات مشتری از طریق ارائه خدمات تحویل سریع و دقیق، یکی از اولویت‌های این صنعت است.

■ **پایداری و محیط زیست:** ۱- لجستیک سبز: بسیاری از شرکت‌های پخش به دنبال کاهش اثرات زیست‌محیطی خود هستند و از وسایل نقلیه الکتریکی و بسته‌بندی‌های دوستدار محیط زیست استفاده می‌کنند. ۲- کاهش هدررفت غذا: بهینه‌سازی زنجیره تامین و کاهش هدررفت غذا نیز از اهداف مهم این صنعت است.

در این میان آنچه برای رسیدن به تمامی این محورها اهمیت ویژه‌تری دارد نیروی انسانی متخصص است، به این منظور باید ارتباط بین صنعت و دانشگاه تقویت شود، چرا که این موضوع می‌تواند به شکل‌های مختلف به ارتقای صنعت پخش کمک کند:

■ **پژوهش و توسعه (R&D):** همکاری با دانشگاه‌ها در انجام پروژه‌های تحقیقاتی می‌تواند به کشف و توسعه فناوری‌ها و روش‌های جدید در صنعت پخش منجر شود. این پژوهش‌ها می‌توانند مشکلات موجود را حل کنند و نوآوری‌های جدیدی را معرفی کنند.

■ **مشاوره و انتقال دانش:** استادان و پژوهشگران دانشگاهی می‌توانند به عنوان مشاور در پروژه‌های صنعتی مشارکت کنند و دانش نظری و تجربی خود را به صنعت انتقال دهند. این می‌تواند به بهبود فرآیندها و بهره‌وری کمک کند.

■ **کارآموزی و تجربه کاری:** با فراهم کردن فرصت‌های کارآموزی و پروژه‌های مشترک، دانشجویان می‌توانند تجربه عملی در صنعت پخش کسب کنند. این تجربه کاری نه‌تنها برای دانشجویان مفید است، بلکه به صنعت نیز نیروی کار تازه‌نفس و بالنگیزه می‌بخشد.

■ **شبکه‌سازی و ارتباطات:** ارتباط بین دانشگاه و صنعت می‌تواند به ایجاد شبکه‌های ارتباطی قوی کمک کند که در آن ایده‌ها، نوآوری‌ها و فرصت‌های کسب‌وکار جدید به اشتراک گذاشته می‌شوند. متاسفانه به نظر می‌رسد بزرگ‌ترین ضعف صنعت پخش ایران نبود ارتباط بین دانشگاه و صنعت پخش است. در صنایع تولیدی رشته‌های درسی به گونه‌ای تنظیم شده‌اند که ارتباط مفهومی و کاربردی با تولید دارد اما این موضوع در صنعت پخش دیده نمی‌شود و هیچ‌گونه ارتباطی بین رشته‌ها و موضوعات دانشگاهی و پخش وجود ندارد، از این‌رو موضوع نیروی انسانی که تحصیلات آکادمیک دانشگاهی کاملاً مرتبط با صنعت پخش را داشته باشد یک چالش جدی و یکی از نقاط ضعف برجسته این صنعت به‌شمار می‌رود. وابستگی شدید این صنعت به نیروی کار و عدم بهره‌برداری از تکنولوژی روز نیز از دیگر چالش‌های این صنعت در ایران است. این موضوع باعث شده که کارها سخت و طاقت‌فرسا و زمان‌بر شود و ورود یا حفظ نیروی کار در این بخش عمر کمتری داشته باشد. البته خود کلمه پخش هم به خوبی نقش این صنعت را بیان نمی‌کند چرا که پخش یک زنجیره فرآیند است که از دریافت سفارش (فروش)، نگهداری و حمل تا محل (لجستیک و ترابری) و تحویل آن در نقطه عرضه را شامل می‌شود و در طول زنجیره نقص‌های زیادی وجود دارد تا نهایتاً آن بخش از زنجیره که به‌نام پخش معرفی شده نتیجه مطلوبی نداشته باشد. یکی از عوامل ضعف پخش در ایران را می‌توان به عنصر «زمان» ربط داد. توزیع به‌موقع و مطابق با برنامه زمان‌بندی‌شده سطح سرویس و خدمت ارائه‌شده صنعت را مشخص می‌کند که به این بعد از سرویس در ایران کمترین توجه شده است. اینجاست که نقش تکنولوژی در مسیریابی و استفاده از کوتاه‌ترین مسیرهای ترافیکی و... خود را نمایان خواهد کرد و این تفاوت با کشورهای پیشرو در صنعت پخش است. چالش بزرگ‌تری که در راه است وقتی است که به واسطه الگوهای فروش از جمله آنلاین و کنار رفتن واسطه‌ها این سرویس پخش باید تا سطح خانواده‌ها و مصرف‌کننده نهایی خرد شود. اینجاست که برنامه‌ریزی مسیر و زمان و اصطلاحاً چابکی این صنعت محک زده می‌شود. این از چالش‌های حال و آینده پخش ایران است. چراکه ترند به سمت نزدیکی به consumer یا مصرف‌کننده است و برای این موضوع نه آمادگی نیروی انسانی و تکنولوژی وجود دارد، نه زیرساخت‌های نرم‌افزاری فعلاً کفایت می‌کنند. و موج عظیم نارضایتی خریداران در شبکه‌های آنلاین از بدعهدی در تحویل کالا گواه این موضوع است. کاهش نارضایتی‌ها در صنعت پخش نیازمند رویکردی جامع و همه‌جانبه است. در ادامه به چند راهکار عملی برای این منظور اشاره می‌شود.

■ **بهبود کیفیت خدمات:** ارائه خدمات باکیفیت و اطمینان از رساندن محصولات در زمان مقرر، نقش بسیار مهمی در رضایت مشتریان دارد. استانداردهای بالا و نظارت مداوم بر عملکرد می‌تواند به بهبود کیفیت کمک کند.

■ **آموزش و توسعه نیروی انسانی:** سرمایه‌گذاری در آموزش و توسعه مهارت‌های کارکنان به بهبود عملکرد و کاهش خطاها منجر می‌شود. کارکنان آموزش‌دیده بهتر می‌توانند نیازهای مشتریان را درک و برآورده کنند.

■ **ارتباط موثر با مشتریان:** برقراری ارتباط مستمر و موثر با مشتریان و گوش دادن به نظرات و شکایات آنها می‌تواند به شناسایی مشکلات و حل سریع‌تر آنها کمک کند.

■ **بهینه‌سازی فرآیندها:** بازبینی و بهینه‌سازی فرآیندهای داخلی می‌تواند به کاهش تاخیرها و اشتباهات منجر شود. استفاده از فناوری‌های نوین مانند سیستم‌های مدیریت زنجیره تامین (SCM) و نرم‌افزارهای مدیریت موجودی می‌تواند در این زمینه موثر باشد.

■ **شفافیت و اعتمادسازی:** ایجاد شفافیت در فرآیندهای کاری و ارائه اطلاعات دقیق و به‌موقع به مشتریان، می‌تواند به افزایش اعتماد و کاهش نارضایتی‌ها منجر شود.

■ **پیگیری و ارزیابی مستمر:** ایجاد سیستم‌های پیگیری و ارزیابی مستمر برای نظارت بر عملکرد و دریافت بازخورد از مشتریان کمک می‌کند تا مشکلات به‌سرعت شناسایی و حل شوند.

■ **توجه به نوآوری و تکنولوژی:** بهره‌گیری از تکنولوژی‌های جدید مانند اتوماسیون، اینترنت اشیا (IoT) و هوش مصنوعی می‌تواند به بهبود کارایی و دقت در عملیات پخش کمک کند.

با اجرای این راهکارها و ایجاد فرهنگ سازمانی متمرکز بر کیفیت و رضایت مشتری، می‌توان نارضایتی‌ها را در صنعت پخش به میزان قابل توجهی کاهش داد.

نیکا
ویفر کاراملی
Nika
Caramel Wafer
Caramel Cocoa Wafer
ویتانا
Vitana

مادر®
MADAR

شیر مادر،
مهر مادر،
بیسکویت مادر

ویتانا
Vitana

صدف صمیمی
نویسنده نشریه

صنعت خلاق

آیا استارت‌آپ‌ها به ایجاد خلاقیت در صنعت غذایی کمک کردند؟

صنعت غذایی و استارت‌آپ‌ها در ایران به شدت به یکدیگر مرتبط هستند. با توجه به نیاز روزافزون مردم به محصولات غذایی باکیفیت و نوآورانه، استارت‌آپ‌ها در حوزه صنعت غذایی در ایران فعال شدند. این استارت‌آپ‌ها معمولاً با ایده‌های نوآورانه و فناورانه در زمینه تولید محصولات غذایی و فرآورده‌های کشاورزی فعالیت می‌کنند. استارت‌آپ‌های صنعت غذایی در ایران معمولاً به دنبال حل مشکلات مرتبط با تولید، فرآوری، بسته‌بندی، بازاریابی و توزیع محصولات غذایی هستند. آنها از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، بلاک‌چین و فناوری‌های دیگر برای بهبود فرآیندهای تولید و بازاریابی استفاده می‌کنند. به علاوه، تقاضای بالای مصرف‌کنندگان برای محصولات غذایی سالم، ارگانیک و باکیفیت، باعث شده که استارت‌آپ‌ها در ایران به دنبال ارائه راهکارهای نوآورانه برای تولید این نوع محصولات باشند. در ایران، بسیاری از استارت‌آپ‌ها در حوزه صنعت غذایی توانسته‌اند با ایده‌های نوآورانه و فناورانه به توسعه این صنعت کمک کنند. برخی از استارت‌آپ‌های برجسته در این حوزه عبارت‌اند از:

■ **زنجیره:** این استارت‌آپ بهبود فرآیندهای تولید و توزیع محصولات غذایی را با استفاده از فناوری‌های هوش مصنوعی و بلاک‌چین فراهم می‌کند. زنجیره به کشاورزان کمک می‌کند تا محصولات خود را به صورت مستقیم به مصرف‌کنندگان عرضه کنند. ■ **آروین:** این استارت‌آپ در زمینه تولید و فروش محصولات غذایی ارگانیک و سالم فعال است. آروین با استفاده از فناوری‌های نوین، محصولات خود را به صورت مستقیم از کشاورزان خریداری کرده و به مصرف‌کنندگان عرضه می‌کند. ■ **دلیج:** این استارت‌آپ بر تولید و توزیع غذاهای آماده و سالم متمرکز است. دلیج با ارائه خدمات غذایی باکیفیت و متنوع، توانسته است بازار خود را گسترش دهد و مصرف‌کنندگان را جذب کند. ■ **فودپارس:** این استارت‌آپ در زمینه فرآوری و بسته‌بندی محصولات غذایی فعالیت می‌کند. فودپارس با استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته، محصولات باکیفیت و قابل اطمینان را به بازار عرضه می‌کند. ■ **زرین فودز (Zarin Foods):** این استارت‌آپ بر تولید و عرضه محصولات غذایی سالم و ارگانیک متمرکز است و با ارائه محصولات باکیفیت و توجه به سلامت مصرف‌کنندگان، توانسته است جایگاه خود را در بازار غذایی ایران برجسته کند. ■ **زرین پالاد (Zarrin Palad):** این استارت‌آپ بر تولید و فروش محصولات گیاهی و سلامتی متمرکز است و به کشاورزان محلی کمک کرده تا محصولات با کیفیت بالا تولید کنند. ■ **بامیه (Bamieh):** این استارت‌آپ به فعالیت در حوزه فروش آنلاین محصولات غذایی محلی و سنتی متمرکز است و به ارتقای روند بازاریابی و فروش محصولات محلی کمک کرده است. ■ **بستون (Bestoon):** این استارت‌آپ بر توسعه فناوری هوش مصنوعی برای کنترل کیفیت و پایش محصولات غذایی متمرکز است و به بهبود عملکرد صنعت غذایی در ایران کمک کرده است. ■ **برگری (Burgeri):** این استارت‌آپ بر تولید و عرضه برگرهای سالم و باکیفیت تمرکز دارد و با ارائه گوشت مرغ و گوشت گاو طبیعی و بدون هورمون، توانسته است جایگاه خود را در بازار فست‌فود ایران برجسته کند.

■ **آلفا فود (Alpha Food):** این استارت‌آپ بر تولید محصولات غذایی سالم و بدون مواد افزودنی متمرکز است و با تاکید بر تغذیه سالم و متوازن، توانسته است محبوبیت خود را در میان مصرف‌کنندگان افزایش دهد. ■ **آرامش (Aramesh):** این استارت‌آپ به تولید و فروش محصولات غذایی ارگانیک و بدون شکر می‌پردازد و با تاکید بر سلامت و رضایت مصرف‌کنندگان، توانسته است بازار خود را گسترش دهد. ■ **آشپزخانه مادربزرگ (Grandma's Kitchen):** این استارت‌آپ بر تولید و فروش غذاهای سنتی و خانگی متمرکز است و با ارائه غذاهای با طعم و عطر دوران کودکی، توانسته است جایگاه خود را در بازار غذایی ایران تثبیت کند.

اینها تنها چند نمونه از استارت‌آپ‌های فعال در حوزه صنعت غذایی در ایران هستند که با ایده‌های نوآورانه و فعالیت‌های خود، به توسعه و پیشرفت این صنعت کمک کرده‌اند.

استفاده از ظرفیت خالی

برای استفاده از ظرفیت‌های خالی صنعت غذا باید به صنعت پخش هم توجه ویژه داشت، زیرا استارت‌آپ‌ها در این حوزه نیز قدم‌های مهمی برداشته‌اند. البته این به معنای برطرف شدن مشکلات نیست و برای بهبود شرایط برخی اقدامات باید صورت گیرند. در زیر به برخی از این اقدامات اشاره می‌شود:

۱- ارتقای زیرساخت‌های حمل‌ونقل: بهبود شبکه راه‌آهن، بنادر، فرودگاه‌ها و جاده‌ها می‌تواند به کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل و افزایش کارایی در توزیع کالاها کمک کند.

۲- توسعه فناوری‌های اطلاعاتی: استفاده از فناوری‌های نوین در مدیریت لجستیک و توزیع کالاها می‌تواند به بهبود کارایی و کاهش هزینه‌ها کمک کند. نرم‌افزارهای مدیریت انبار، مسیریابی هوشمند و سامانه‌های ردیابی محموله‌ها می‌توانند به بهبود عملکرد صنعت پخش کمک کنند.

۳- افزایش سرمایه‌گذاری در آموزش نیروی انسانی: دوره‌های آموزشی متناسب با نیازهای صنعت پخش و لجستیک می‌تواند به بهبود مهارت‌ها و دانش فنی کارکنان این صنعت کمک کند.

۴- اصلاح قوانین و مقررات: بررسی و بهبود قوانین و مقررات مربوط به حمل‌ونقل، بسته‌بندی، بیمه و مسائل مربوط به توزیع کالاها می‌تواند به رفع موانع و کاهش هزینه‌های مرتبط با فعالیت‌های پخش کمک کند.

۵- توسعه بازارهای جدید: گسترش بازارهای هدف و فرصت‌های جدید در مناطق داخلی و خارجی می‌تواند به تحرک حوزه پخش کمک کند.

۶- سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های لازم: سرمایه‌گذاری در احداث انبار، ساماندهی فضای انبار، خودروهای حمل‌ونقل و تجهیزات لازم برای بهبود عملکرد صنعت پخش مورد نیاز است.

۷- تحقق همکاری‌های بین‌المللی: همکاری با شرکت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی در حوزه لجستیک و توزیع می‌تواند به استفاده بهینه از تجربیات جهانی و دسترسی به بازارهای جدید کمک کند.

این اقدامات، در کنار سایر سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های مناسب، می‌توانند به بهبود عملکرد صنعت پخش و استفاده بهینه از ظرفیت‌های خالی آن کمک کنند.

حمایت مستقیم

علاوه بر حوزه لجستیک، استارت‌آپ‌ها می‌توانند به صنعت غذایی در بسیاری از جوانب کمک کنند. برخی از این موارد عبارت‌اند از:

۱- نوآوری و توسعه محصولات: استارت‌آپ‌ها معمولاً به دنبال ارائه محصولات جدید و نوآورانه در صنعت غذایی هستند که باعث افزایش تنوع و کیفیت محصولات می‌شود.

۲- بهبود فرآیندهای تولید: استارت‌آپ‌ها ممکن است فناوری‌های جدید و پیشرفته را در فرآیندهای تولید و بسته‌بندی محصولات غذایی معرفی کنند که باعث بهبود کارایی و کاهش هزینه‌ها می‌شود.

۳- پایش و کنترل کیفیت: استارت‌آپ‌ها می‌توانند سامانه‌های پایش و کنترل کیفیت را بهبود بخشیده و به صنعت غذایی کمک کنند تا محصولات باکیفیت و ایمن‌تر تولید شوند.

۴- حمایت از کشاورزان و تولیدکنندگان محلی: بسیاری از استارت‌آپ‌ها بر توسعه و حمایت از کشاورزان و تولیدکنندگان محلی متمرکز هستند که این کار باعث تقویت اقتصاد محلی و حفظ منابع طبیعی محلی می‌شود.

۵- ارتقای تجربه مشتری: استارت‌آپ‌ها معمولاً بر توسعه روش‌های نوین فروش، بازاریابی و خدمات مشتریان تمرکز دارند که باعث بهبود تجربه خرید و مصرف کالاهای غذایی می‌شود.

۶- پایش و کاهش ضایعات: استارت‌آپ‌ها ممکن است سامانه‌های هوشمند برای پایش و کاهش ضایعات در زنجیره تامین غذا ارائه کنند که باعث بهبود پایداری محیط زیست و افزایش سودآوری شرکت‌ها می‌شود.

زهرا تهرانی
نویسنده نشریه

ردیاب سود

نوآورها چه کمکی به صنعت غذایی کردند؟

رابطه صنعت و تکنولوژی روزبه‌روز نزدیک‌تر و جالب‌تر می‌شود. تکنولوژی‌های مدرن چنان با هوش مصنوعی و بلاک‌چین و امثال آنها درهم‌تنیده شده‌اند که جدا کردن آنها غیرممکن شده است. دیگر خیلی دور از ذهن نیست که همان ابزاری که می‌تواند پول‌های دیجیتال را استخراج کند بتواند صنعت غذایی را هم متحول کند. امروز یک فعال اقتصادی در حوزه صنعت غذایی نیاز دارد تا با کمک شرکت‌ها و ابزارهای نوآور راه خود را به بازار باز کند. فعالان صنایع غذایی می‌دانند برای باقی ماندن در زمین بازی باید با ابرتکنولوژی‌ها به رقابت دیگری بپردازند.

صنایع غذایی یکی از مهم‌ترین صنایع دنیا محسوب می‌شود که در سال‌های اخیر دستخوش تغییرات چشمگیری شده است. با تقاضای فزاینده برای شفافیت و پایداری، مصرف‌کنندگان به طور ویژه‌ای خواستار آن هستند که بدانند غذایشان از کجا می‌آید، چگونه تولید شده است و چه تاثیری بر محیط زیست دارد. در همین راستا استارت‌آپ‌ها با استفاده از فناوری بلاک‌چین، شرکت‌ها را قادر می‌کنند تا زنجیره‌های تامین کارآمدتر و شفاف‌تری ایجاد کنند، ضایعات را کاهش دهند و کیفیت محصولات خود را بهبود بخشند و در نهایت تمامی این موارد را به مردم گزارش دهند.

اگر تاکنون به مزرعه رفته باشید، احتمالاً دیده‌اید که اکوسیستم مزارع تا چه حد پیچیده هستند. به ماشین‌آلات کشاورزی و زمان‌بندی دقیق نیاز دارند و وضعیت مالی کشاورزان هم فصلی است و متاسفانه ثبات ندارد. پس از اینکه محصولات غذایی از مزرعه خارج می‌شوند، تازه وارد فرآیند زنجیره تامین می‌شوند که خودش به بخش‌های زیادی تقسیم می‌شود. خریداران، فروشندگان، توزیع‌کنندگان و فروشگاه‌های مواد غذایی همه می‌خواهند بدانند محصولات غذایی از مزرعه تا بازار چه مراحلی را طی کرده است.

هرچه شفافیت روند تولید مواد غذایی بیشتر باشد، مصرف‌کنندگان اطلاعات بیشتری برای تصمیم‌گیری هوشمندانه درباره مواد غذایی‌شان خواهند داشت. با کشاورزی مبتنی بر بلاک‌چین قیمت محصولات غذایی ارزان‌تر خواهد شد و از طرفی برای مشتری نیز بهتر خواهد بود که بداند این محصولات از کجا می‌آیند. بلاک‌چین کلید تولید محصولات غذایی واقعی، ارگانیک و محلی است که با قیمت منطقی برای هر کسی در دسترس خواهد بود. کشاورزی مبتنی بر بلاک‌چین قرار است مراحل رشد و توزیع مواد غذایی را ساده‌تر کند. این روند می‌خواهد کاری کند همه بخش‌ها به یک منبع واحد حقیقی برای زنجیره تامین در حوزه کشاورزی بپیوندند. فناوری بلاک‌چین راهی برای ذخیره و به اشتراک‌گذاری اطلاعات در شبکه‌ای از کاربران در یک فضای مجازی باز است. فناوری بلاک‌چین امکان مشاهده همه تراکنش‌ها را به‌صورت همزمان و آنی در اختیار کاربران قرار می‌دهد. برای نمونه، یک فروشنده خرد با این فناوری می‌تواند ببیند که تامین‌کننده‌اش محصول مورد نظر را از کدام کشاورز یا شرکت خریده است. از آنجا که این اطلاعات و تراکنش‌ها در یک محل خاص ذخیره نمی‌شود و بر روی همه رایانه‌های موجود بر روی شبکه وجود دارد، راهی برای هک یا دستکاری کردن آن وجود ندارد.

در این میان، مشتریان به شکلی جدی از فناوری بلاک‌چین سود خواهند برد. برای نمونه، کافی است گوشی خود را روی کد مربعی (QR Code) درج‌شده روی بسته گوشت موجود در یخچال سوپرمارکت ببریم تا اطلاعاتی نظیر تاریخ تولد حیوان، استفاده از آنتی‌بیوتیک، واکسیناسیون و نیز موقعیت و تاریخ کشتار را مشاهده کنیم (ایکد).

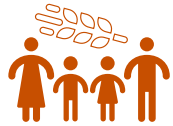
در همین راستا وقتی از تحول در حوزه صنعت غذایی صحبت می‌کنیم، نمی‌توانیم چشم بر هایپر لجر یا Hyperledger Grid که صنعت غذا را متحول کرده است، ببندیم. Hyperledger Grid قابلیت ردیابی سرتاسری در زنجیره تامین مواد غذایی از مزرعه تا میز را امکان‌پذیر می‌کند. با استفاده از فناوری بلاک‌چین، شرکت‌ها می‌توانند از هر معامله‌ای که در زنجیره تامین رخ می‌دهد، از مبدأ مواد اولیه تا تحویل محصول نهایی، اطلاع به دست آورند. این امر به مصرف‌کنندگان اجازه می‌دهد دقیقاً بدانند که غذایشان از کجا آمده، چگونه تولید شده و چه تاثیری بر محیط زیست داشته است. هایپر لجر همچنین به ارتقای پایداری در صنایع غذایی کمک می‌کند. با ارائه شفافیت و قابلیت ردیابی، شرکت‌ها می‌توانند مناطقی را شناسایی کنند که می‌توانند ضایعات را کاهش دهند، فرآیندهای تولید را بهینه کنند و اثرات زیست‌محیطی خود را به حداقل برسانند. به عنوان مثال، یک شرکت ممکن است از Hyperledger Grid برای ردیابی مصرف انرژی تاسیسات تولید خود و شناسایی راه‌های کاهش آن، یا برای نظارت بر استفاده از آفت‌کش‌ها و کودها در زنجیره تامین خود و یافتن جایگزین‌هایی که پایدارتر هستند، استفاده کند. با استفاده از هایپر لجر شرکت‌ها می‌توانند با کاهش زمان و منابع مورد نیاز، زنجیره‌های تامین کارآمدتری ایجاد کنند. این موضوع نه‌تنها باعث صرفه‌جویی در زمان و هزینه می‌شود، بلکه خطر خطا و تقلب را نیز کاهش می‌دهد (تجارت فردا).

به طور کلی، هایپر لجر یک تغییردهنده بازی برای صنایع غذایی است، که با ارائه شفافیت، قابلیت ردیابی و کارایی، به شرکت‌ها کمک می‌کند تا زنجیره‌های تامین پایدار و مسئولانه‌تری ایجاد کنند، در حالی که تقاضای روبه‌رشد برای شفافیت و کیفیت از سوی مصرف‌کنندگان را نیز برآورده می‌کند. بسیاری از کارخانه‌های بزرگ تولید مواد غذایی در ایران از این ابزار استفاده می‌کنند و استارت‌آپ‌های حوزه بلاک‌چین آنان را در اجرای این عمل یاری می‌رسانند.

حالا بیایید ببینیم این ابزار جدید چه چیزی است؟ هایپر لجر، پروژه متن باز موسسه لینوکس است که مجموعه ابزار و چهارچوب‌های مختلف و پروژه‌هایی را برای توسعه‌دهندگان و کسب‌وکارها ارائه می‌دهد تا شبکه‌های بلاک‌چین ایجاد کنند. هدف پروژه هایپر لجر تسهیل همکاری میان کسب‌وکارها، توسعه‌دهندگان و سایر فعالان حوزه فناوری دفتر کل توزیع شده است. در حال حاضر بیش از ۲۵۰ سازمان از هایپر لجر پشتیبانی می‌کنند و این عدد مدام در حال افزایش است. هایپر لجر به یکی از رایج‌ترین و غالب‌ترین ابزارها و محیط‌ها برای نهادها و طرفین تبدیل شده است تا بیشتر درباره فناوری بلاک‌چین یاد بگیرند و در جامعه پویا شرکت کنند.

از موارد کاربرد هایپر لجر، پروژه TE-Food است. در واقع اکوسیستم ردیابی مواد غذایی در بلاک‌چین نیز مشهود است. هدف TE-Food دستیابی به کنترل جامع بر نظارت بر کیفیت غذا و فعالیت‌های لجستیک در زنجیره تامین است. برنامه TE-Food که در حال حاضر در ایالات‌متحده در دست تولید است، با هدف دستیابی به قابلیت ردیابی مواد غذایی از مزرعه تا میز ناهارخوری مصرف‌کننده تدوین شده است. در نتیجه، می‌تواند نتایج امیدوارکننده‌ای مانند بهبود اعتماد مشتری، کاهش اعتماد غذایی و اطمینان بهتر در مورد ایمنی غذا به همراه داشته باشد.

با توجه به موارد گفته‌شده، باید انتظار داشت به زودی صنعت غذایی کشورمان نیز همسو و همگام با سایر صنایع به این ابزارها مجهز شوند تا از این طریق بتوانند سود بیشتری به همراه رضایت مشتری کسب کنند. باید این واقعیت را پذیرفت که بدون تکنولوژی‌های نوآور و بدون همکاری با استارت‌آپ‌هایی که می‌توانند مسیر دستیابی به هدف را کوتاه کنند، صنعت غذایی ایران در عرصه بین‌المللی حرفی برای گفتن نخواهد داشت. بسیاری از کارخانه‌های بزرگ صنعتی امروز در تلاش هستند تا با همکاری تنگاتنگ با اصحاب دانش و شرکت‌های نوآور فاصله خود را با رقبا کمتر کنند.



۳۰۹ میلیون نفر

در سال ۲۰۲۴ با ناامنی حاد غذایی در جهان مواجه‌اند.

۴۲ میلیون نفر

در ۴۵ کشور جهان در «وضعیت اضطراری یا بدتر از گرسنگی» قرار دارند.

WFP

امنیت غذایی در جهان

بانک جهانی امنیت غذایی را «دسترسی همه مردم در تمام اوقات، به غذای کافی برای داشتن یک زندگی سالم» تعریف می‌کند. سه عنصر «موجود بودن غذا»، «دسترسی به غذا» و «پایداری در دریافت غذا» محورهای اصلی این تعریف‌اند.

برخی از علل ناامنی غذایی عبارت‌اند از: فقر، بیکاری یا درآمد پایین، نبود مسکن ارزان قیمت، بیماری مزمن یا عدم دسترسی به مراقبت‌های بهداشتی.

٪۱۳٫۲

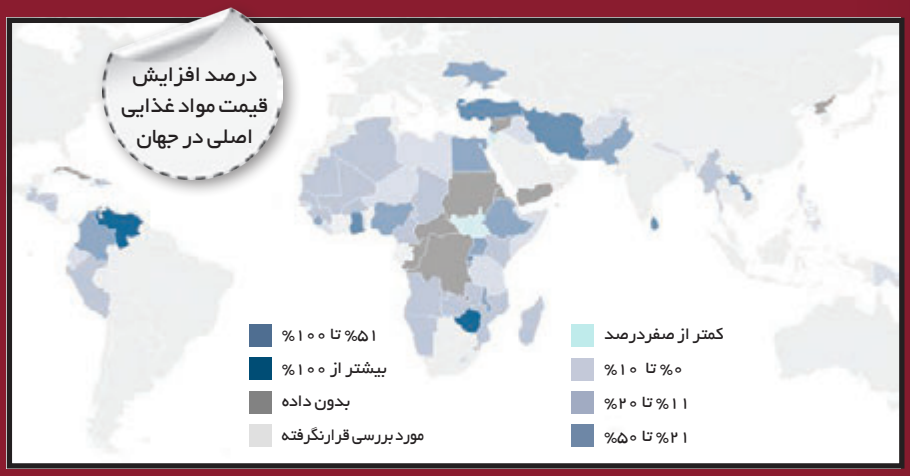
نگران کافی‌نبودن وعده غذایی هستند.

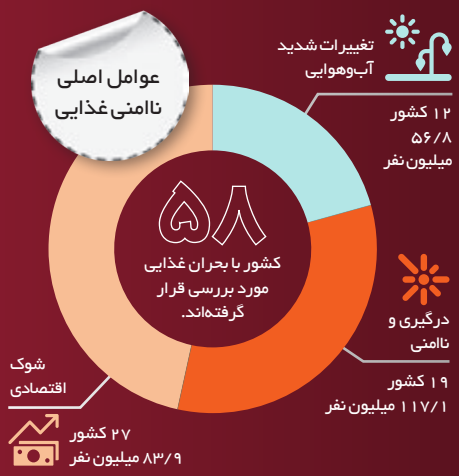
٪۱۲٫۸

امکان خوردن غذای سالم و مغذی را ندارند.

٪۱۴٫۱

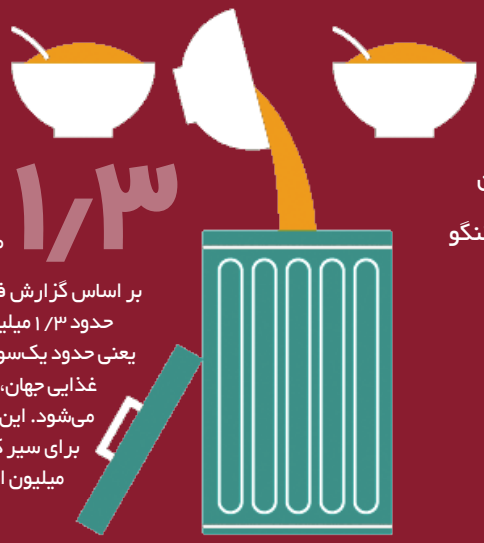
منابع غذایی محدود و غیرمتنوع دارند.





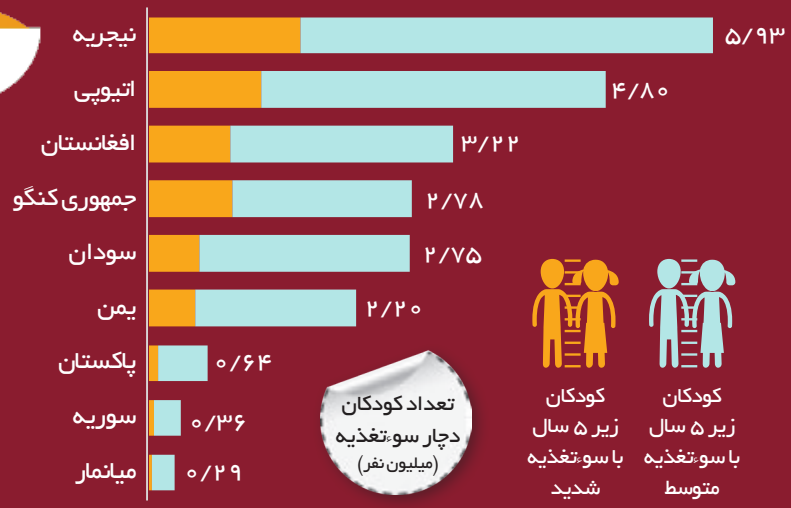
برترین و بدترین کشورها از نظر امنیت غذایی

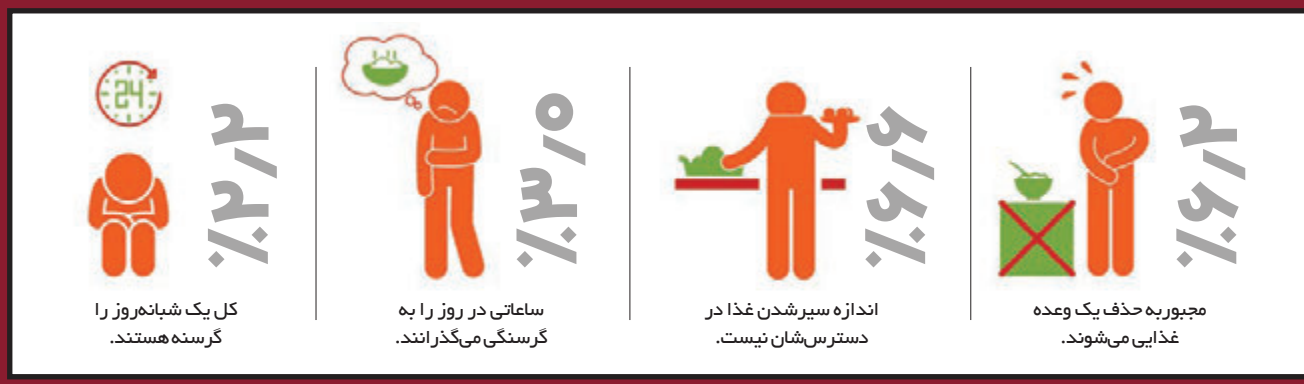
شاخص: نسبت واردات مواد غذایی به کل صادرات

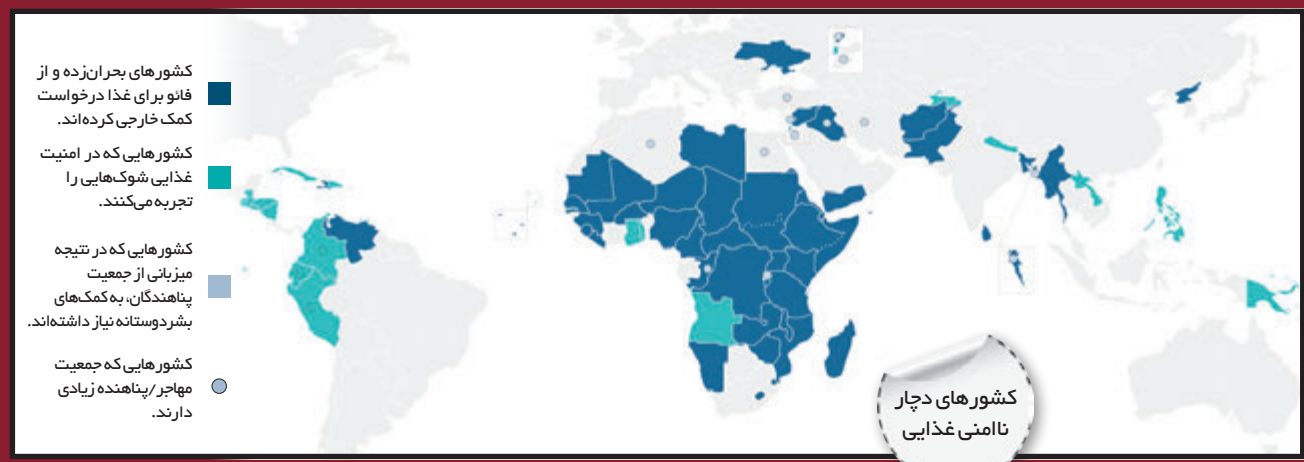


۱/۳ میلیارد تن

بر اساس گزارش فائو، سالانه حدود ۱/۳ میلیارد تن غذا یعنی حدود یک‌سوم کل مواد غذایی جهان، دور ریخته می‌شود. این مقدار غذا برای سیر کردن ۸۷۰ میلیون انسان کافی است.







اینفوگرافیک: علیرضا تاجیک

سعید ابوالقاسمی
نویسنده نشریه

اپیدمی بدغذایی

چه مسائلی امنیت غذای جهان را تهدید می‌کند؟

دسترسی به غذای سالم، حق اساسی مردم جهان است؛ اما روزانه ۷۱۰ میلیون نفر از جمعیت نزدیک به هشت‌میلیاردی کره زمین، گرسنه می‌مانند و دسترسی به این حق طبیعی را از دست می‌دهند. غذای ناکافی و ناسالم، سلامتی، توانایی تحصیل و کسب درآمد و توانایی جامعه و کشور برای شکوفایی و ایجاد تغییر را با بحران‌های جدی روبه‌رو می‌کند. آن‌گونه که سازمان ملل متحد امنیت غذایی را تعریف کرده، «همه مردم باید همیشه و در ابعاد فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی به مواد غذایی سالم و مغذی دسترسی داشته باشند؛ مهم‌تر از همه آن است که این غذا باید نیازهای جسمانی انسان‌ها را برای برخورداری از زندگی فعال و سالم برآورده کند». با همه این تعریف‌ها و حتی اکنون که اقدامات و پیشرفت‌های بسیاری در مبارزه با گرسنگی جهانی صورت گرفته، ناامنی غذایی هر روز بیشتر افزایش می‌یابد چرا که بسیاری از جوامع آسیب‌پذیر در کشورهای فاقد امنیت غذایی، هنوز با سوءتغذیه دست‌وپنجه نرم می‌کنند. در بخش‌هایی از آفریقا، مانند مالاوی و زیمبابوه، بارندگی کم و کاهش برداشت محصولات غذایی سبب شده برخی خانواده‌ها توانایی تامین غذای سالانه خود را از دست بدهند. این خانواده‌ها وعده‌های غذایی خود را کاهش داده‌اند و گاهی روزها و هفته‌ها را با کمترین غذای ممکن سپری می‌کنند. تغییر اقلیم، رشد جمعیت، افزایش قیمت مواد غذایی و بلایای طبیعی از جمله عواملی به شمار می‌روند که بر امنیت غذایی تاثیر می‌گذارند. بر همین اساس است که اجرای استراتژی‌ها و پرداختن به مسائلی که به امنیت غذایی جهانی کمک می‌کند، از ضروری‌ترین اقدامات جهانی به شمار می‌رود.

ناامنی غذایی، قحطی نیست!

در نگاه بسیاری از مردم کشورهای جهان، ناامنی غذایی تفاوتی با قحطی ندارد؛ اما آن‌گونه که تعریف‌ها و استانداردها نشان می‌دهند، دو مقوله ناامنی غذایی و قحطی تفاوت‌های جدی و تاثیرگذاری با یکدیگر دارند. قحطی، کمبود شدید غذا در میان جوامع یا کل کشورهاست و یکی از مهم‌ترین علل گرسنگی در جهان به شمار می‌رود؛ اما ناامنی غذایی، ناتوانی جامعه در بهبود کیفیت دسترسی به مواد غذایی و همچنین بی‌تاثیر بودن اقدامات در راستای از بین بردن قحطی در سطح جامعه تعریف می‌شود. جنگ یا بحران‌های اقتصادی، تاثیر شدیدی بر تولید و در دسترس بودن مواد غذایی دارد که در نهایت، به کمبود شدید مواد غذایی و ایجاد قحطی می‌انجامد. علاوه بر این، جوامع مبتنی بر کشاورزی، بدون استفاده از روش‌های کشاورزی پایدار یا شیوه‌هایی که امنیت غذایی خود را تضمین کنند، نه‌تنها از سوءتغذیه رنج می‌برند بلکه به دلیل تاثیر مخرب بر معیشت آنها، بیشترین آسیب را می‌بینند. آمارهای جهانی گرسنگی نشان می‌دهد که در سال ۲۰۲۳، نزدیک به ۷۱۰ میلیون نفر از مردم جهان، غذای کافی برای مصرف در اختیار نداشته‌اند. این رقم، پس از همه‌گیری کووید ۱۹ و کاهش شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی در کشورهای مختلف و به ویژه کشورهای فقیر با شدت هرچه تمام‌تر افزایش یافته و با بیشتر کردن محدودیت‌های امنیت غذایی جهان، آینده را در ابهام و تاریکی فرو برده است. ناامنی غذایی، دو ویژگی بسیار مشخص دارد؛ نخست، ناتوانی جامعه در تولید غذای کافی برای مصرف مردم همان جامعه، و دوم، عدم دسترسی تجاری به کانون‌های تولید غذای سالم و کافی که هر دو از عواملی مانند خشکسالی، تغییرات آب‌وهوایی، درگیری‌های اجتماعی و سیاسی و همچنین همه‌گیری منطقه‌ای بیماری‌ها تاثیر می‌پذیرند. همین موضوع است که با افزایش آسیب‌پذیری مردم در برابر بیماری، سوءتغذیه و فقر، زندگی در جوامع مختلف را با سقوط روبه‌رو می‌کند. با برقراری امنیت غذایی در جوامع، کشورها می‌توانند علاوه بر دسترسی به غذای کافی، رفاه جامعه را نیز افزایش دهند و مردم را قادر کنند بیشترین میزان بهره‌وری ممکن را بر جای گذارند و با تلاش برای بهبود کیفیت زندگی، زمینه‌های پیشرفت کشور را نیز فراهم آورند.

آنچه امنیت غذایی را تهدید می‌کند

امنیت غذایی، موضوعی پیچیده و چندبعدی است که از طیف وسیعی از مشکلات مانند فقر، نابرابری، تغییرات آب‌وهوایی، درگیری‌ها و چالش‌های خاص منطقه‌ای تاثیر می‌پذیرد و مورد تهدید واقع می‌شود. فقر، اصلی‌ترین تهدید برای امنیت غذایی جوامع به شمار می‌رود و مانع دسترسی به غذا می‌شود؛ افرادی که در فقر زندگی می‌کنند، منابع مالی لازم را برای تهیه سبد غذایی مناسب در اختیار ندارند. در بسیاری از کشورهای کم‌درآمد، بخش بزرگی از جمعیت زیر خط فقر زندگی می‌کنند و حتی برای تامین نیازهای اولیه مانند غذا، با سختی روبه‌رو می‌شوند. سوءتغذیه و گرسنگی، اصلی‌ترین آثاری است که کاهش امنیت غذایی در اثر فقر برای مردم جامعه ایجاد می‌کند. نابرابری، دومین دلیلی است که سبب می‌شود امنیت غذایی مورد تهدید واقع شود. در بسیاری از کشورها، تفاوت‌های قابل‌توجهی در درآمد و ثروت وجود دارد که دسترسی نابرابر به غذا را به دنبال خود ایجاد می‌کند. در بسیاری مواقع، گروه‌های به حاشیه رانده‌شده مانند زنان، بومیان و اقلیت‌های قومی با تبعیض و محرومیت از فرصت‌های اقتصادی مواجه هستند که توانایی آنها را برای دسترسی به غذا محدود می‌کند. علاوه بر این، دسترسی نابرابر به زمین‌های زراعی و منابع مورد نیاز برای تولید غذا، ناامنی غذایی را تشدید می‌کند، زیرا کسانی که در حال حاضر به حاشیه رانده شده‌اند ممکن است برای رشد یا خرید غذای کافی برای رفع نیازهای خود تلاش کنند. تغییرات آب‌وهوایی هم تهدید بزرگ‌تری است که سبب تحت تاثیر قرار گرفتن امنیت غذایی می‌شود. تغییر در الگوهای دما و بارش، تاثیر قابل‌توجهی بر تولیدات کشاورزی می‌گذارد و به از بین رفتن محصول و کاهش بهره‌وری تولید منجر می‌شود. پدیده‌های آب‌وهوایی مانند خشکسالی، سیل و طوفان، محصولات کشاورزی و دام‌ها را از بین می‌برند و از سویی کمبود مواد غذایی را رقم می‌زنند و از سوی دیگر، با کاهش عرضه، موجب افزایش قیمت دسترسی به غذا می‌شوند. تغییرات اقلیمی همچنین بر دسترسی به آب سالم آشامیدنی و آبیاری محصولات کشاورزی تاثیر می‌گذارد. همین موضوع، سبب بروز تهدید جدی دیگری بر امنیت غذایی می‌شود. در این میان نباید از تاثیر درگیری‌های منطقه‌ای نیز به راحتی گذر کرد. کشمکش‌های سیاسی که در نهایت به درگیری‌های نظامی ختم می‌شود، نظام‌های تولید و توزیع مواد غذایی را مختل می‌کند و کمبود و افزایش قیمت غذا را به مردم هدیه می‌دهد. درگیری‌های نظامی در ابعاد بزرگ‌تر، مردم را از خانه‌ها و زمین‌هایشان آواره می‌کند و دسترسی آنها را به غذای سالم با مشکلات بسیاری روبه‌رو می‌کند. موضوع به همین‌جا ختم نمی‌شود؛ درگیری‌های نظامی، تلاش‌های بشردوستانه را به بن‌بست می‌کشاند و سبب می‌شود دسترسی مردم به غذای مورد نیازشان با اختلال روبه‌رو شود. در این میان، باید به تخریب زیرساخت‌هایی مانند جاده و بازار نیز توجه داشت که سبب ناترازی در دسترسی و توزیع غذا در جوامع مختلف می‌شود. علاوه بر همه این موضوعات، مسائل خاص دیگری نیز وجود دارد که امنیت غذایی را در مناطق مختلف جهان تهدید می‌کند. در بسیاری از مناطق شهری، رشد سریع جمعیت و زیرساخت‌های ناکافی می‌تواند موجب کمبود مواد غذایی و قیمت‌های بالا شود. در مناطق روستایی، دسترسی محدود به بازارها و بودجه‌های مورد نیاز، توانایی کشاورزان را برای تولید و فروش محصولات خود با محدودیت روبه‌رو می‌کند. در برخی مناطق، تخریب زمین و فرسایش خاک، تهدیدهای عمده برای بهره‌وری کشاورزی به شمار می‌رود و در

مناطقی دیگر، کمبود آب یک چالش مهم است که با رشد جمعیت و صنعتی شدن جوامع، به اوج می‌رسد.

وضعیت قرمز

بی‌توجهی به امنیت غذایی، عواقب شدیدی برای رفاه جوامع و توسعه کلی کشورها به دنبال دارد. یمن، ونزوئلا، کره‌شمالی، زیمبابوه، هائیتی و سودان جنوبی از جمله کشورهایی هستند که بیشترین میزان ناامنی غذایی را در دهه‌های اخیر تجربه کرده‌اند. یمن از سال ۲۰۱۵ گرفتار درگیری طولانی شده که بحران شدید امنیت غذایی را برای مردم این کشور به دنبال داشته است. درگیری‌های این کشور، باعث اختلال در تولید محصولات کشاورزی و تخریب زیرساخت‌ها شده و دسترسی به بازارها و کمک‌های بشردوستانه را با موانع جدی روبه‌رو کرده است. در نتیجه، میلیون‌ها یمنی با سوءتغذیه و گرسنگی حاد مواجه شده‌اند و کودکان، آسیب بیشتری دیده‌اند. ونزوئلا که زمانی سبد نان آمریکای جنوبی محسوب می‌شد، در سال‌های اخیر کاهش چشمگیری در شاخص‌های امنیت غذایی داشته است. سوءمدیریت اقتصادی، بی‌ثباتی سیاسی و تورم شدید، به کمبود شدید مواد غذایی و افزایش سرسام‌آور قیمت‌ها انجامیده و سبب شده بسیاری از ونزوئلایی‌ها برای تهیه مواد غذایی اولیه با مشکل مواجه شوند. سوءتغذیه و افزایش نرخ مرگ‌ومیر نوزادان از جمله نتایجی است که ناامنی غذایی در ونزوئلا به دنبال داشته است. کره‌شمالی هم به دلیل ترکیبی از عوامل از جمله بلایای طبیعی، محدودیت زمین‌های قابل کشت و سیستم کشاورزی ناکارآمد برای مدت طولانی با امنیت غذایی دست‌وپنجه نرم کرده است. تمرکز دولت بر هزینه‌های نظامی و کنترل سیاسی، باعث کاهش سرمایه‌گذاری در کشاورزی و عدم دسترسی به تکنولوژی‌های کشاورزی نوین شده است. در نتیجه، بسیاری از مردم کره‌شمالی با سوءتغذیه مزمن و کاهش رشد، به ویژه در میان کودکان، روبه‌رو شده‌اند. این کشور برای تامین نیازهای جمعیت خود به شدت به کمک‌های غذایی بین‌المللی متکی است که چالش‌های امنیت غذایی آن را برجسته می‌کند. زیمبابوه هم با چالش‌های متعددی برای امنیت غذایی از جمله بی‌ثباتی اقتصادی، سیاست‌های اصلاحات ارضی و تغییرات آب‌وهوایی روبه‌رو بوده است. برنامه پرحاشیه توزیع مجدد زمین که با هدف رسیدگی به نابرابری‌های تاریخی در مالکیت زمین انجام شد، تولید کشاورزی را در این کشور با اختلالات جدی روبه‌رو کرد و به کاهش بهره‌وری انجامید. همه این موضوعات با خشکسالی و الگوهای بارندگی نامنظم در هم آمیخت و به کمبود مواد غذایی و سطح بالای سوءتغذیه انجامید. هائیتی هم که یکی از فقیرترین کشورهای نیم‌کره غربی به‌شمار می‌رود، به دلیل مشکلاتی نظیر جنگل‌زدایی، فرسایش خاک، دسترسی محدود به بودجه، بازار نامنظم و بی‌ثباتی سیاسی، بهره‌وری کشاورزی را از دست داده و به وابسته‌ترین کشور در واردات مواد غذایی تبدیل شده است. بلایای طبیعی از جمله طوفان و زلزله هم وضعیت را بیش از پیش دشوار کرده و سبب شده سوءتغذیه مزمن در میان کودکان هائیتی شایع شود و در درازمدت، سلامتی این کشور را با تهدید جدی روبه‌رو کند. در نهایت، سودان جنوبی، به عنوان جوان‌ترین کشور جهان، از زمان به دست آوردن استقلال در سال ۲۰۱۱، با درگیری‌های مداوم روبه‌رو بوده است. جنگ داخلی، فعالیت‌های کشاورزی را با اختلال مواجه کرده، میلیون‌ها نفر را آواره کرده و امکان دسترسی به بازارها و کمک‌های بشردوستانه را از این کشور سلب کرده است. نتیجه این رخدادها، فاجعه‌بار بوده و به دلیل تولید محصولات کشاورزی محدود، فقر در این کشور تشدید شده و توسعه اقتصادی را متوقف کرده است. در تمامی این مثال‌ها، بی‌توجهی به امنیت غذایی، سبب بروز طیف وسیعی از مشکلات اجتماعی، پزشکی و اقتصادی شده است.

چه کنیم وضعیت بدتر نشود؟

پرداختن به امنیت غذایی نیازمند رویکردی جامع است که سرمایه‌گذاری در کشاورزی، بهبود زیرساخت‌ها و دسترسی به بازار، ترویج شیوه‌های کشاورزی پایدار، رسیدگی به نابرابری‌های اجتماعی و تقویت ثبات سیاسی را دربر می‌گیرد. کشورها می‌توانند با اولویت دادن به امنیت غذایی به عنوان یکی از حقوق اساسی بشر و اجرای سیاست‌ها و مداخلات مناسب، مشکلات اجتماعی، پزشکی و اقتصادی ناشی از بی‌توجهی به این موضوع حیاتی را کاهش دهند. یکی از استراتژی‌های کلیدی برای بهبود امنیت غذایی، سرمایه‌گذاری در کشاورزی در مقیاس کوچک است. کشاورزان کوچک بخش قابل توجهی از مواد غذایی جهان را به ویژه در کشورهای کم‌درآمد تولید می‌کنند، اما اغلب به منابعی مانند زمین، اعتبار و فناوری دسترسی ندارند. حمایت از کشاورزان کوچک‌مقیاس از طریق طرح‌هایی مانند دسترسی بهتر به بازارها، آموزش شیوه‌های کشاورزی پایدار و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های روستایی می‌تواند به افزایش بهره‌وری کشاورزی و درآمد کمک کند و درنتیجه امنیت غذایی را بهبود بخشد. استراتژی مهم دیگر، ترویج شیوه‌های کشاورزی پایدار است که تاب‌آوری در برابر تغییرات آب‌وهوایی را افزایش می‌دهد و از منابع طبیعی محافظت می‌کند. از سوی دیگر، تلاش برای بهبود امنیت غذایی باید به عوامل اجتماعی تعیین‌کننده سلامتی که به سوءتغذیه و گرسنگی کمک می‌کنند، توجه ویژه داشته باشد. این عوامل، موضوعاتی نظیر پرداختن به مسائلی همچون نابرابری جنسیتی، آموزش، دسترسی به مراقبت‌های بهداشتی و برنامه‌های حمایت اجتماعی را دربر می‌گیرد. برای مثال، توانمندسازی زنان از طریق آموزش و فرصت‌های اقتصادی می‌تواند امنیت غذایی خانوار را با افزایش درآمد و افزایش قدرت تصمیم‌گیری در خانواده‌ها بهبود بخشد.

وظیفه مهم بخش خصوصی

تضمین امنیت غذایی یک چالش حیاتی برای کشورهای در حال توسعه است. هرچند دولت وظایف سنگینی در تامین امنیت غذایی جوامع خود بر عهده دارد، اما بخش خصوصی نیز مسئولیت‌های قابل توجهی در این حوزه بر دوش دارد. دولت‌ها و بخش خصوصی باید برای اجرای طیفی از استراتژی‌ها که شامل توسعه کشاورزی، حفاظت اجتماعی، سرمایه‌گذاری زیرساخت‌ها و اصلاح سیاست‌ها می‌شود با یکدیگر همکاری کنند. این دو بخش با همکاری موثر می‌توانند به شکل‌گیری نظام‌های غذایی انعطاف‌پذیر کمک کنند و اطمینان یابند همه شهروندان به غذای مقرون‌به‌صرفه و مغذی دسترسی دارند. در این میان، بخش خصوصی مسئولیت‌های سنگین‌تری بر عهده دارد. سرمایه‌گذاری در کشاورزی، ایجاد دسترسی به بازار و روش‌های منصفانه تجاری، نوآوری در تولید و انتقال فناوری موثر در افزایش بهره‌وری تولید غذایی و به‌کارگیری روش‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی از جمله مواردی است که تحرک بخش خصوصی را در بازار مواد غذایی ایمن بیش از پیش افزایش می‌دهد. بخش خصوصی از طریق سرمایه‌گذاری در فعالیت‌ها و مشاغل کشاورزی، و همچنین ایجاد زنجیره ارزش در این حوزه، نقش حیاتی در پیشبرد رشد کشاورزی ایفا می‌کند. شرکت‌های خصوصی می‌توانند سرمایه، نهاده‌ها و فناوری‌های مورد نیاز کشاورزان خرده‌مالک را تامین و از آنها در به‌کارگیری شیوه‌های کشاورزی مدرن حمایت کنند. بخش خصوصی با سرمایه‌گذاری در کشاورزی به افزایش بهره‌وری و بهبود دسترسی به بازار برای تولیدکنندگان کوچک کمک می‌کند. تسهیل دسترسی به بازار برای کشاورزان خرده‌مالک و اطمینان از دریافت قیمت‌های منصفانه برای محصولات، راهکار دیگری است که سبب می‌شود بخش خصوصی نقش مثبتی در تامین امنیت غذایی جوامع جهان ایفا کند. بخش خصوصی می‌تواند با ایجاد زنجیره‌های تامین شفاف و کارآمد و فراهم کردن امکانات ذخیره‌سازی و حمل‌ونقل، کشاورزان را با بازارهای مصرفی مرتبط کند. از سوی دیگر، ترویج شیوه‌های تجارت منصفانه نیز تضمین می‌کند که کشاورزان برای محصولات خود غرامت عادلانه دریافت می‌کنند. روش دیگری که بخش خصوصی می‌تواند امنیت غذایی را با تغییرات مثبت روبه‌رو کند، توسعه فناوری‌های جدید به منظور بهبود انواع محصولات و ترویج شیوه‌های کشاورزی پایدار است. شرکت‌ها همچنین می‌توانند انتقال فناوری و دانش به کشاورزان خرده‌مالک را از طریق برنامه‌های آموزشی و خدمات ترویجی تسهیل کنند. ترکیب این موضوع با روش‌های مبتنی بر مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی، توسعه جامعه و امنیت غذایی را تضمین می‌کند. این رویکرد می‌تواند شامل حمایت از تعاونی‌های کشاورزی محلی، سرمایه‌گذاری در برنامه‌های آموزش تغذیه، یا مشارکت در فعالیت‌هایی باشد که با هدف بهبود دسترسی به غذای ایمن و سالم برای جمعیت‌های حاشیه‌نشین انجام می‌شود. بر همین اساس است که می‌توان تاکید کرد بخش خصوصی با ایفای مسئولیت‌های اجتماعی خود می‌تواند تاثیر معناداری بر امنیت غذایی جوامع داشته باشد.

آزاده چیذری
نویسنده نشریه

برزخ غذا

کدام مشکلات امنیت غذایی را در ایران تهدید می‌کند؟

امنیت غذایی که به عنوان یک عامل اجتماعی-اقتصادی مرتبط با سلامت عمومی در نظر گرفته می‌شود، سلامت افراد جامعه را تضمین می‌کند و نقش بسزایی در بهبود حکمرانی دارد. این مفهوم ارتباط نزدیکی با مفهوم پایداری غذا دارد. پایداری غذا به این معناست که برای همه انسان‌ها در همه مکان‌ها و در همه زمان‌ها غذای کافی، باکیفیت و مغذی وجود داشته باشد و هیچ عاملی مانع این مهم نشود. ثبات در تولید و عرضه غذا در قلب امنیت غذایی قرار دارد و سیستم‌های غذایی را در مواقع بحران انعطاف‌پذیر می‌کند. تاثیر منفی تغییرات اقلیمی بر تولید محصولات کشاورزی، تشدید روند تورم، قیمت بالای مواد غذایی، افزایش ضایعات مواد غذایی، افزایش نیاز به واردات و مهم‌تر از آن تحریم‌های بین‌المللی ادامه‌دار، دسترسی به غذای مقرون‌به‌صرفه را دشوار کرده و امنیت غذای مردم ایران را با چالش مواجه می‌کند. علاوه بر این، بحران کووید ۱۹ با تشدید فشارهای اقتصادی بر درآمدهای دولت و همچنین افزایش بیکاری که مستقیماً ناامنی غذایی را تشدید کرده، درآمد خانواده‌ها و دولت را کاهش داده است.

امنیت غذایی که نقش مهمی در حفظ سلامت جامعه ایفا می‌کند، جنبه‌های مختلفی از تولید غذا تا مصرف را دنبال می‌کند و برای دستیابی به آن، سیاست‌های ویژه‌ای در رابطه با شرایط بهداشتی تولید، فرآوری، بسته‌بندی و عرضه مواد غذایی و... در هر کشوری در سراسر جهان الزامی است. تعریف مفهوم امنیت غذایی کار دشواری است، زیرا نه‌تنها می‌توان آن را از جنبه‌های مختلف تعریف کرد، بلکه موقعیت جغرافیایی و اقلیمی کشورها و همچنین میزان توسعه آنها در تعریف مفهوم امنیت غذایی موثر است. امنیت غذایی یک بعد کمی دارد که مربوط به در دسترس بودن غذای سالم و مغذی است و یک بعد کیفی که مربوط به شرایط بهداشتی تولید و فرآوری مواد غذایی است.

طبق مفاهیم ارائه‌شده از سوی فائو، در دسترس بودن، سودمندی، استفاده و پایداری مواد غذایی کافی، باکیفیت و مغذی، چهار بعد اساسی مفهوم امنیت غذایی را دربر می‌گیرد. هدف فائو ارائه این چهار بعد اساسی امنیت غذایی است و بر اهمیت تامین غذای کافی، باکیفیت و مغذی برای همه انسان‌ها در سراسر جهان در تمام ساعات شبانه‌روز تاکید دارد. عمده‌ترین خطراتی که بر این ابعاد تاثیرات نامطلوبی دارند، تغییرات آب‌وهوا، وضعیت اقتصادی، وضعیت فرهنگی و میزان توسعه است.

در ادامه، بیشتر به مقوله امنیت غذایی در ایران و موارد اثرگذار بر آن خواهیم پرداخت.

وضعیت امنیت غذایی در ایران

به‌رغم برنامه‌های دولت‌ها و سازمان‌های منطقه‌ای و جهانی برای کاهش نرخ گرسنگی و سوءتغذیه در سراسر جهان، متاسفانه تعداد افراد درگیر با موضوع گرسنگی و سوءتغذیه در جهان رو به افزایش است و در سال‌های اخیر، بحران کووید۱۹ با تشدید فشارهای اقتصادی بر درآمدهای دولت و همچنین افزایش بیکاری که مستقیماً ناامنی غذایی را تشدید کرده، درآمد اقتصادی خانواده‌ها و برخی از دولت‌ها را کاهش داده است.

امنیت غذایی، عاملی محوری برای توسعه پایدار جوامع و تمرکز بر توسعه در مناطق روستایی محسوب می‌شود؛ که به طور خاص، در کشورهای در حال توسعه از اهمیت بالایی برخوردار است. بر این اساس، مطالعه‌ای توصیفی-تحلیلی با هدف بررسی وضعیت امنیت غذایی در مناطق روستایی ایران انجام شد. عاطفه احمدی، مسعود بیژنی از دانشگاه تربیت مدرس و ناصر ولی‌زاده از دانشگاه شیراز، در پژوهش خود، چشم‌انداز استراتژیک آینده‌نگر برای امنیت غذایی، به علاوه ارزیابی وضعیت فعلی منطقه را مورد مطالعه قرار دادند. بر اساس نتایج این پژوهش، ۸۰ درصد روستاییان در ایران از ناامنی غذایی رنج می‌برند (۲۵ درصد در وضعیت ناامنی غذایی پایین، ۴۲ درصد در وضعیت ناامنی غذایی متوسط و ۱۳ درصد در وضعیت ناامنی غذایی شدید). ارزیابی عوامل موثر بر ناامنی غذایی نشان داد که سه عامل «وضعیت اقتصادی»، «ثبات» و «در دسترس بودن» مهم‌ترین مولفه‌های موثر بر ناامنی غذایی هستند. همچنین در یک رویکرد سیستمی، رشد مهاجرت از روستا به شهر، فشار بر منابع آب و خاک و بروز مخاطرات زیست‌محیطی از مهم‌ترین پیامدهای ناامنی غذایی هستند. علاوه بر این، به دلیل استفاده بی‌رویه از آب‌های زیرزمینی برای کشت محصولات، سطح آب‌های زیرزمینی در برخی روستاهای دورتر از شهر به شدت کاهش یافته است که می‌تواند زنگ خطری برای تشدید ناامنی غذایی در آینده نزدیک باشد. نتیجه‌گیری این پژوهش از این قرار بود؛ سطح درآمد پایین روستاییان، عدم تنوع شغلی و عدم دسترسی به غذای کافی از دلایل اصلی ناامنی غذایی است.

با توجه به تحریم‌های بین‌المللی، امنیت غذایی ایران یک مشکل جدی است. با تشدید تحریم‌ها علیه ایران در سال ۲۰۱۸، به دلیل کاهش درآمدهای ارزی ایران، واردات کاهش یافت و تورم بی‌سابقه‌ای در بازار مواد غذایی ایران رخ داد که بی‌شک امنیت غذایی مردم را تحت تاثیر قرار داده است.

با وجود اینکه در ایران به دلیل وجود خرده‌فروشان و عمده‌فروشان مواد غذایی به تعداد کافی، مشکل دسترسی به‌موقع به مواد غذایی کافی، باکیفیت و مغذی وجود ندارد، اما گزارش‌های سازمان جهانی بهداشت درباره سیاست‌های امنیت غذایی در ایران نشان می‌دهد که تلاش‌های ایران برای تبدیل شدن به یک کشور امن غذایی باید تسریع شود.

اگرچه ناامنی غذایی یکی از دغدغه‌های اصلی برنامه‌های توسعه ملی جمهوری اسلامی ایران است و تعداد افراد مبتلا به سوءتغذیه از ۵/۲ درصد در سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۴ به ۴/۷ درصد در سال‌های ۲۰۱۹-۲۰۱۷ کاهش یافته است، با این حال، «یک متاآنالیز بر روی مطالعات تجربی/ بر اساس ادراک ایران نشان داد که در دستیابی به هدف توسعه هزاره یعنی نصف کردن این میزان موفق نبوده است».

شاخص جهانی گرسنگی با ادغام سه مقیاس سوءتغذیه، کم‌وزنی کودکان و مرگ‌ومیر کودکان، ایران را در میان ۱۰۷ کشور در رتبه ۳۹ قرار داده است. شایان ذکر است که ایران نسبت به کشورهای همسایه خود در غرب آسیا شرایط بهتری دارد و با امتیاز ۷/۹، سطح گرسنگی در ایران پایین است. در دهه اخیر مقامات ایرانی بر رشد تولید ملی تاکید کرده‌اند که به افزایش تولید هم در بخش کشاورزی و هم در صنایع غذایی منجر شده، اما مصرف برخی از غذاها از سوی مردم ایران همچنان کمتر از حد متوسط و استانداردهای معقول است که آن را به چالشی مهم در ثبات امنیت غذایی در ایران تبدیل می‌کند.

یکی از شاخص‌های مهم در ثبات امنیت غذایی، میزان خودکفایی در محصولات استراتژیک کشاورزی مانند غلات است که ایران همچنان بخش مهمی از نیازهای خود را از طریق واردات تامین می‌کند. با آغاز دور جدید تحریم‌ها علیه ایران در دوره ترامپ و با کاهش منابع ارزی ایران، واردات این محصولات نیز مانند برخی از کالاهای کلیدی دیگر باعث افزایش قیمت این محصولات و محصولات وابسته به آنها شد.

با توجه به اینکه ثبات امنیت غذایی در ایران منوط به دسترسی به غذا در هر کجا و در هر زمانی از کشور است، در شرایط فعلی کشور و

برای مواجهه بهتر با تحریم‌های اقتصادی، دستیابی به امنیت غذایی، تمرکز بر منابع طبیعی و عوامل انسانی برای تضمین ثبات غذایی ایران ضروری است. این امر ضروری است زیرا افزایش انعطاف‌پذیری و تحمل یک سیستم غذایی در طول زمان می‌تواند باعث افزایش ثبات امنیت غذایی آن شود.

عوامل بی‌ثباتی

۱- توجه به درصد اراضی زراعی مجهز به سیستم‌ها و روش‌های آبیاری پایدار یکی از شاخص‌های ثبات فائو در زمینه امنیت غذایی است. این شاخص که به صورت میانگین سه‌ساله ارائه می‌شود، نقش مهمی در مقاومت بخش کشاورزی کشور در برابر بلایای طبیعی ناشی از بارندگی کم یا زیاد مانند خشکسالی یا سیل دارد.

بر اساس آمار فائو، نسبت اراضی آبی به کل اراضی قابل کشت کشور بر اساس آخرین آمار موجود (۲۰۱۷-۲۰۱۵) ۵۰/۱ درصد بوده است. در سال ۱۳۵۹ مساحت کل اراضی مجهز به سیستم‌های آبیاری در ایران ۵۲۰۰ هزار هکتار بود که با رشد سالانه ۱/۳۲ درصدی در سال ۱۳۹۸ به ۹۶۰۰ هزار هکتار رسید. از سوی دیگر، به دلیل کیفیت پایین و ناپایدار نزدیک به ۵۰ درصد از اراضی کشاورزی ایران، توسعه اراضی کشاورزی از منظر کمی با چالش جدی مواجه است که نقشی اساسی در بی‌ثباتی امنیت غذایی ایران دارد. گزارش فائو نشان می‌دهد که در دوره مذکور، میانگین درصد جهانی اراضی قابل کشت مجهز به شاخص آبیاری در سطح جهانی ۲۴/۱، در آسیا ۴۷/۶ و در غرب آسیا ۳۹/۲ بوده است.

در میان کشورهای همسایه ایران در غرب آسیا، ۸۱/۷ درصد از زمین‌های قابل کشت عراق مجهز به سیستم‌های آبیاری است. پاکستان با ۵۷/۶ درصد از ایران جلوتر است و بیشتر زمین‌های زراعی این کشور به سیستم‌های آبیاری مجهز است. پس از ایران، افغانستان با ۴۱/۷ درصد و ترکیه با ۱۹/۸ درصد کمترین میزان اراضی آبی را دارند. با توجه به اینکه از دیدگاه فائو، سال‌هاست که این شاخص به عنوان یکی از شاخص‌های ارزیابی آسیب‌پذیری امنیت غذایی معرفی شده، مهم است زیرا این شاخص وابستگی کشاورزی یک کشور یا یک منطقه را به آبیاری نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، بر اساس این شاخص در مقایسه با کشوری مانند ترکیه با ۱۹/۸ درصد اراضی مجهز به تجهیزات آبیاری، ایران تقریباً دو برابر نیاز آبی بیشتری دارد. نیاز به آب یکی از مهم‌ترین عوامل ثبات امنیت غذایی کشورهاست.

۲- نسبت وابستگی به واردات غلات که یک شاخص سه‌ساله است و نشان می‌دهد یک کشور چقدر به واردات غلات وابسته است، یکی دیگر از شاخص‌های ثبات فائو در امنیت غذایی است. غلات که هم نقش کمی و مهمی در سبد غذایی انسان دارد و هم از نظر کیفی نقشی کلیدی در سلامت عمومی جامعه دارد، باید در همه زمان‌ها و مکان‌ها در دسترس مردم باشد. با این تفاسیر، عدم نیاز به واردات غلات از خارج، نقشی مثبت در حفظ ثبات امنیت غذایی کشورها دارد و در مقابل، وابستگی به واردات غلات از خارج، ثبات امنیت غذایی کشورها را به چالش می‌کشد.

در سال ۱۳۸۳، نسبت وابستگی واردات غلات ایران در ایران ۱۹ درصد بوده که در سال ۱۳۹۷ به ۳۶ درصد رسیده است. به عبارت دیگر، این شاخص سالانه به طور متوسط ۴/۵ درصد رشد داشته که با توجه به تاکید همیشگی مسئولان کشور بر اتکا به تولید داخلی، عدم وابستگی به واردات محصولات استراتژیک کشاورزی و کاهش منابع ارزی کشور به دلیل تحریم‌ها، عدد بالایی است. مهم‌تر از آن، با توجه به تاثیر تغییرات اقلیمی مانند کاهش بارندگی و افزایش دما بر تولید غلات، افزایش جمعیت و رشد مصرف غلات و افزایش ضایعات غلات، روند واردات غلات در ایران در سال‌های آینده ادامه خواهد داشت. همچنین کاهش بارندگی به دلیل خشکسالی‌های اخیر و کاهش راندمان مصرف آب، نیاز به واردات غلات را در ایران تشدید می‌کند.

در میان همسایگان ایران از نظر وابستگی به واردات غلات، ترکیه وابستگی بسیار کمتری نسبت به ایران دارد و بهترین موقعیت با ۱۷/۲ درصد مربوط به پاکستان است که در واقع یکی از صادرکنندگان اصلی غلات به کشورهای دیگر به شمار می‌آید.

۳- شاخص تنوع تولید سرانه غذا که مجموعه دیگری از شاخص‌های ثبات امنیت غذایی فائو است، به طور میانگین هر پنج سال محاسبه می‌شود و سرانه تغییرات ارزش خالص تولید مواد غذایی هر کشور را به دلار بین‌المللی نشان می‌دهد. برای محاسبه سرانه تولید غذا، ارزش کل تولید غذای کشور بر کل جمعیت تقسیم می‌شود و این شاخص معیاری برای سنجش قدرت بخش تولید مواد غذایی در کشورهاست و قدرت سیستم‌های غذایی را در مواقع اضطراری نیاز به غذا نشان می‌دهد. گزارش‌های فائو نشان می‌دهد که میانگین جهانی «تنوع سرانه تولید غذا» ۱/۶ دلار است، در حالی که این شاخص برای ایران شش برابر متوسط جهانی و برابر با ۹/۶ دلار است.

میزان تنوع در تولید سرانه غذا در ایران از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۸ نشان‌دهنده سطح بسیار بالایی از تنوع و در نتیجه غیرقابل پیش‌بینی بودن در تولید سرانه غذاست. این غیرقابل پیش‌بینی بودن جای سوال دارد. میانگین سه‌ساله کسری غذا بر حسب کیلوکالری سرانه در کشور از سال ۱۹۹۹ تا ۲۰۱۶ نشان می‌دهد که کسری غذا بین سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۵ در اوج خود بوده است.

بحران تغییر اقلیم

خاورمیانه یکی از نگران‌کننده‌ترین نقاط در زمینه بحران جهانی تغییرات آب‌وهوایی است. ایران یک نمونه منطقه‌ای به حساب می‌آید که همه مظاهر و پیامدهای بحران اقلیمی را دربر می‌گیرد، بحرانی که در دو دهه گذشته به سرعت بدتر شده، به چیزی بیش از یک چالش زیست‌محیطی تبدیل شده و تاثیرات منفی بر عرصه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و دیپلماتیک گذاشته است.

اگرچه ایران از بحران‌های تجمعی بزرگی رنج می‌برد، اما اندیشکده‌های رسمی و مستقل در ایران توافق دارند که تغییرات اقلیمی شدیدترین چالش در میان پنج چالش اصلی آینده کشور است. بحران گسترده اقلیمی ایران را نمی‌توان بحرانی داخلی و ناشی از علل داخلی و محدود توصیف کرد. مطالعات محلی و بین‌المللی موافق هستند که کل خاورمیانه از اثرات تغییرات اقلیمی رنج می‌برد. داده‌ها نشان می‌دهد که بحران‌های ناشی از تغییرات اقلیمی در ایران بیش از هر کشور دیگری به دلایل زیر بدتر می‌شود:

- وخامت زیرساخت‌های اقتصاد ایران، که باعث افزایش مصرف انرژی، همراه با کاهش بهره‌وری و تولیدات می‌شود؛
- فناوری‌های منسوخ تولید، توزیع و مصرف؛
- منافع متضاد میان نهادهای تاثیرگذار در فرآیند تصمیم‌گیری مرتبط با محیط زیست، که شفافیت سیستم را تضعیف می‌کند و بر توانایی دولت و نهادهای زیرمجموعه آن برای مدیریت موثر تغییرات آب‌وهوایی تاثیر منفی می‌گذارد.

چالش اقلیمی در ایران مجموعه‌ای از بحران‌های به‌هم‌پیوسته است که بر مناطقی غیر از محیط زیست مانند جنبش‌های اجتماعی و اقتصاد تاثیر نامطلوب می‌گذارد. برای مثال، افزایش مصرف آب، ذخایر آب زیرزمینی ایران را در کمتر از سه دهه ۷۰ درصد کاهش داده است. این امر باعث شده ذخیره سرانه آب شیرین در ایران از ۲۶۰۰ مترمکعب در دهه ۱۹۹۰ به کمتر از ۱۲۰۰ مترمکعب برسد. به گفته یکی از مقامات سابق وزارت محیط زیست، این امر ایران را در «وضعیت ورشکستگی آب» قرار می‌دهد. نهادهای بین‌المللی ایران را در میان ۱۷ کشوری که به «قیامت» نزدیک شده‌اند، رتبه‌بندی می‌کنند که نشان‌دهنده پایان منابع آبی است.

منابع رسمی خاطرنشان کردند که از مجموع ۱۱۵۰ شهر ایران در سال ۲۰۲۲ تقریباً ۳۳۴ شهر دچار بحران آب شدند و ۱۷ میلیون نفر نیز وارد «مرحله قرمز»، یعنی کمبود آب شیرین شدند. وزارت نیروی ایران تایید کرد که از هر ۱۰ شهر، هفت شهر از جمله تهران، در تابستان با بحران‌های شدید تامین آب آشامیدنی مواجه می‌شوند. کشاورزی سالانه ۸۸/۷ میلیارد مترمکعب از ۹۸/۳ میلیارد مترمکعب آب را در ایران مصرف می‌کند؛ ۸/۳ میلیارد مترمکعب برای آب آشامیدنی مصرف می‌شود و مابقی به بخش صنعت اختصاص می‌یابد.

در نهایت، اگرچه ثبات امنیت غذایی ایران در مقایسه با کشورهای همسایه در حد متوسط است، اما اثرات تغییرات اقلیمی نگرانی‌های قابل توجهی را برای ثبات امنیت غذایی ایران نشان می‌دهد که رفع آنها نیازمند راهکارهای عملیاتی است.

زهرا تهرانی
نویسنده نشریه

روبات‌ها در مزارع

هوش مصنوعی چگونه کشاورزی را متحول می‌کند؟

کشاورزی با فناوری پیشرفته بسیار جذاب و شگفت‌انگیز است. یک عملیات کشاورزی امروزی با تکنولوژی گره خورده است، با برنامه‌هایی که آبیاری را کنترل می‌کنند، سیستم‌های GPS که تراکتورها را هدایت می‌کنند و پلاک‌های گوش با تراشه RFID که بر دام‌ها نظارت می‌کنند. همچنین روبات‌های کشاورزی که نقش‌های بسیار مهمی در این عرصه ایفا می‌کنند. روبات‌های کشاورزی سیب می‌چینند، توت فرنگی جمع می‌کنند، کاهو برداشت می‌کنند و علف‌های هرز را از بین می‌برند. پهپادها تصاویر هوایی ثبت می‌کنند که به کشاورزان کمک می‌کند به سرعت سلامت محصول را ارزیابی کنند. گلخانه‌های روباتیک نیز هزاران مایل دورتر از مناطق مزرعه سنتی جوانه می‌زنند و سبزی‌ها را در حیاط خلوت بازارهای شهری پرمصرف پرورش می‌دهند. همه اینها در زمانی اتفاق می‌افتد که تولیدکنندگان با کمبود نیروی کار پرهزینه و طولانی‌مدت مواجه هستند و -با انتظار افزایش جمعیت جهان از ۷/۷ میلیارد به ۹/۷ میلیارد تا سال ۲۰۵۰- تقاضای غذا به طور قابل توجهی فزونی می‌گیرد. در ادامه با روبات‌های کشاورز آشنا خواهید شد.

نقش روبات‌های کشاورز در برداشت محصول

این طور که به نظر می‌رسد برداشت محصول به روش اتوماسیون آماده اجراست. انجام این کار برای نیروی کار انسانی سنگین و بسیار تکراری است. البته چیدن محصولات نیز به مهارت دستی و لمس ظریف نیاز دارد. بسیاری از میوه‌ها در گرما به راحتی کبود می‌شوند و سبزی‌های برگ‌دار به سادگی پاره می‌شوند. بیشتر روبات‌ها نیز به اندازه کافی پیشرفته نیستند که بتوانند آن سطح از دقت را مدیریت کنند. اما شرکت‌های agtech یا فناوری کشاورزی در حال پژوهش برای رفع این موانع هستند. Tortuga AgTech روبات‌هایی را در اختیار مزارع قرار می‌دهد که کارهایی مانند شناسایی و چیدن میوه‌های رسیده را به صورت خودکار انجام می‌دهند. این شرکت می‌گوید، راه‌حل‌های آن می‌تواند به رفع چالش‌هایی مانند کمبود نیروی کار و افزایش هزینه‌ها کمک کند، در حالی که از هرگونه آسیبی که ممکن است روبات‌ها در طول فرآیند برداشت به میوه‌ها بزنند، جلوگیری کند. به گفته این شرکت، گروهی از روبات‌های مستقل قادر به چیدن میوه با دقت ۹۸ درصد هستند که فقط به نظارت یک نفر نیاز دارد. Harvest Automation که کارمندان سابق iRobot و مخترعان Roomba آن را اماندازی کردند، شرکت دیگری است که نخستین محصول خود را با توجه به بازار باغبانی اتوماسیون تولید کرد. روبات تولیدشده این کارخانه، در میان گیاهان فاصله‌گذاری می‌کند. گیاهان گلخانه‌ای نیازمند فضایی خالی در اطراف خود هستند تا ضخیم، پرپشت و انعطاف‌پذیر شوند، و تشخیص اینکه گیاه تا چه میزان به فضای خالی در اطراف خود نیاز دارد بر عهده این روبات‌هاست. HV-100 برای ادامه کار حتی در دماهای سوزان و محیط‌های بکر برای گلخانه‌های گیاه‌های زینتی کاربرد دارد. Harvest CROO یک استارت‌آپ روباتیک است که یک روبات پیشرفته برداشت توت فرنگی ساخته است. برای گرفتن برگ، چیدن توت و بسته‌بندی آن از این روبات استفاده می‌کنند. بینایی کامپیوتری به سیستم روباتیک Harvest CROO کمک می‌کند تا قبل از چیدن، توت‌های رسیده را از توت‌های غیررسیده تشخیص دهد و در مقایسه با کارگران انسانی بسیار سریع‌تر است. این روبات می‌تواند گیاهی را در هشت ثانیه بچیند و در یک و نیم ثانیه سراغ گیاه بعدی می‌رود. برداشت کاهو به لطف طبیعت شکننده گیاه و نزدیکی به زمین، سرسختانه در برابر روبات مقاوم است. اما پژوهشگران دانشگاه کمبریج با Vegebot، نمونه‌ای اولیه از یک روبات تولید کردند که مجهز به دید کامپیوتری است. نحوه کار به این صورت است: یک دوربین کاهو را اسکن می‌کند و وضعیت آن را بررسی می‌کند. سپس یک دوربین دوم (که در نزدیکی تیغه قرار دارد) بدون خرد کردن گیاه، آن را انتخاب و چنگک روبات آن را هدایت می‌کند. در همین حال، یک الگوریتم یادگیری ماشینی به روبات می‌آموزد که از انتخاب کاهوی نارس یا بیمار خودداری کند. FFRobotics در حال توسعه یک دستگاه برداشت میوه روباتیک برای بازار تجاری است. سیستم روباتیک این شرکت از دید کامپیوتری برای شناسایی میوه‌های رسیده استفاده می‌کند و حرکت دست انسان را هنگام چیدن سیب تقلید می‌کند. بر اساس اطلاعات وب‌سایت این شرکت، ماشین برداشت روباتیک ۱۰ برابر سریع‌تر از نیروی انسانی است. اگرچه این شرکت هنوز در حال توسعه است، اما از برنامه تحقیقاتی Horizon اتحادیه اروپا بودجه دریافت کرده است.

روبات‌های کشاورزی در علف‌های هرز و چمن‌زنی

اگر تا به حال از یک باغ شخصی مراقبت کرده باشید، به خوبی می‌دانید که کارهایی مانند چمن‌زنی و کندن علف‌های هرز مهم و دشوار هستند. کشاورزان تجاری نیز آن را می‌دانند، اما در مقیاس وسیع چمن‌زنی یک مسئولیت زمان‌بر برای املاک بزرگ است. به همین دلیل است که روبات‌های مدیریت علف‌های هرز و چمن‌زنی -از جمله روبات‌هایی که هوش مصنوعی پیشرفته را در خود جای داده‌اند- گزینه‌هایی جذاب هستند. LaserWeeder شرکت Carbon Robotics از هوش مصنوعی و بینایی رایانه‌ای برای مهار علف‌های هرز برای محصولات ویژه استفاده می‌کند. ماشین‌های چمن‌زنی می‌توانند بین محصولات زراعی و علف‌های هرز تمایز قائل شوند و سپس از فناوری لیزر برای از بین بردن علف‌های هرز بدون آسیب رساندن به محصولات دیگر استفاده کنند. این شرکت می‌گوید که فناوری آن می‌تواند کیفیت محصولات را بهبود بخشد و در عین حال هزینه‌ها را نیز کاهش دهد. Scythe Robotics ماشین‌های چمن‌زن برقی مستقل تولید می‌کند تا اطمینان حاصل شود که نگهداری از اموال کارآمد و پایدار است. ماشین چمن‌زنی M.52 این شرکت مجهز به دوجین حسگر است که ادراک ۳۶۰ درجه را امکان‌پذیر می‌کند و همچنین هوش مصنوعی پیشرفته‌ای دارد که به ماشین اجازه می‌دهد در اطراف موانع حرکت کند. Naio Technologies سه روبات مجزا را برای انجام هر کاری از کمک به کشاورزان در مزارع حیوانی گرفته تا مزارع سبزی‌ها و تاکستان‌ها توسعه داده است. یکی از مثال‌های قابل توجه، مشارکت این شرکت با Château Mouton-Rothschild برای به خدمت گرفتن تد، روبات قاتل علف‌های هرز این شرکت، در تاکستان‌های خود است. تد طولانی‌مدت به طور همزمان روی یک ردیف درخت انگور می‌چرخد و با کمک پهپادها نقشه تاکستان را ترسیم و بررسی می‌کند. تیغه‌های استاندارد صنعتی علف‌های هرز را از درخت انگور بیرون می‌کشند و در نتیجه نیاز به علف‌کش‌ها را کاهش می‌دهند. Nexus Robotics یک روبات خودمختار علف‌های هرز به نام R2Weed2 ساخته است، که از هوش مصنوعی برای تمایز بین علف‌های هرز و محصولات بهره می‌گیرد تا علف‌های هرز از بین برود و دومی رشد کند. R2 داده‌هایی را جمع‌آوری می‌کند که به کشاورزان در تجزیه‌وتحلیل خاک و نظارت بر محیط زیست کمک می‌کند.

روبات‌های کشاورز در گلخانه

در کنار آوردن روبات‌های کشاورز به میدان، یکی از پیشرفت‌های بزرگ بعدی در اتوماسیون کشاورزی، روبات‌های گلخانه‌ای است. چندین استارت‌آپ وجود دارند که در حال خودکار کردن گلخانه‌ها هستند. همه عنصرهای گلخانه‌ای به شکل اتوماسیون قابل رشد نیست، اما برای برخی محصولات گلخانه‌ای به رشد خوبی رسیده‌اند. این شرکت‌ها وعده کاهش چشمگیر میزان آب مصرفی -۹۰ تا ۹۵ درصد کمتر- برای تولید محصول را می‌دهند و محیط‌های داخلی کنترل‌شده‌ای دارند که نیاز به آفت‌کش‌ها را از بین می‌برد. AppHarvest یک مزرعه سرپوشیده است که از هوش مصنوعی و روباتیک و همچنین جمع‌آوری آب باران و رشد دقیق برای کاهش مصرف آب و افزایش عملکرد محصول متمرکز شده است.

این شرکت که در آپالاشیا مرکزی واقع شده است، قصد دارد محصولاتی پایدار تولید کند که بتوان آن را در عرض یک روز به ۷۰ درصد از جمعیت کشور ارسال کرد. استفاده آن از روباتیک امکان بهینه‌سازی محیط‌های داخلی و نظارت بر گیاهان را فراهم می‌کند. در ادامه چیزی که کمپانی Iron Ox به عنوان «اولین مزرعه خودمختار جهان» توصیف می‌کند -فضایی به وسعت هشت هزار فوت مربع که بیشتر شبیه یک آزمایشگاه پژوهشی است تا یک مزرعه- دو روبات بر رشد سبزی‌های برگی مانند کاهوی رومی و سرمه‌ای و بوک چوی، کلم پیچ و آرگولا و همچنین انواع گیاهان نظارت می‌کنند. تمام محصولات در داخل غلاف‌های هیدروپونیک (آب کشت) سنگین رشد می‌کنند. یک روبات با استفاده از بینایی کامپیوتر و حسگرها به عنوان «چشم» خود، کارهای سنگین انجام می‌دهد و غلاف‌ها را در سراسر تاسیسات حمل می‌کند.

دومی گیاهان منفرد را تجزیه‌وتحلیل و انتخاب می‌کند. همه اینها در زیر چراغ‌های ال‌ئی‌دی با کارایی بالا و زیر چشمان ده‌ها روبات و دانشمند گیاهی در محل اتفاق می‌افتد. Iron Ox تولید را در شهر خود، سن کارلوس، تگزاس آغاز کرد و محصولات این شرکت اکنون در چندین ایالت در مناطق غربی و جنوبی کشور در دسترس است.

Bowery Farming شامل سینی‌هایی است که بذرها داخل این سینی‌ها قرار می‌گیرند و بعد به صورت عمودی در خاک گلخانه کاشته می‌شوند. این شرکت از روباتیک، هوش مصنوعی و ال‌ئی‌دی برای رشد سبزی‌ها و گیاهان با هدف رفع مشکلات ناشی از کمبود نیروی کار، رونق جمعیت و کشاورزی متمرکز استفاده می‌کند.

در تاسیسات Bowery Farming، یک سیستم عامل اختصاصی و مجموعه‌ای از حسگرها داده‌ها را جمع‌آوری می‌کنند و تعادل فوق‌العاده دقیق آب، دما، مواد مغذی و رطوبت را حفظ می‌کنند. در همان زمان، تیمی از کشاورزان عمودی به برداشت و مراقبت از محصولات کمک می‌کنند. این شرکت سبزی‌ها و گیاهان خود را در Whole Foods، Foragers و وست‌ساید مارکت می‌فروشد. در منطقه مترو نیویورک، آنها همچنین از طریق پی‌پاد، جت‌کام و آمازون در دسترس هستند.

پهپادهای تصویربرداری هوایی و پهپادهای کاشت بذر

تصاویر هوایی می‌توانند با ارائه دید پرنده از محصولات کشاورزی، زمان زیادی را برای کشاورزان صرفه‌جویی کنند. به این ترتیب، آنها می‌توانند در کوتاه‌ترین زمان احساس سلامت پوشش گیاهی، مشکلات حشرات، طرح‌های آبیاری و رشد علف‌های هرز را تشخیص دهند. حتی به آنها امکان می‌دهد دقیقاً تعیین کنند که محصولات به چه مقدار آفت‌کش نیاز دارند. این به‌احتمال زیاد به دلیل محدودیت‌های FAA در پهپادهای خودران است، که مستلزم آن است که خلبانان فوراً آماده کنترل یک پهپاد باشند. هواپیماهای کوچک بدون سرنشین نیز باید در محدوده دید خلبان احتمالی در هنگام پرواز نگه داشته شوند. یکی از چندین شرکتی که پیشرفت‌های قابل توجهی در این زمینه داشته است، آمریکن روبوتیکس، تیم پشتیبان Scout است؛ یک پهپاد تصویربرداری هوایی که با مدل به اصطلاح «پهپاد در جعبه» مطابقت دارد. Scout در یک جعبه مقاوم در برابر رطوبت زندگی می‌کند، جایی که خود شارژ می‌شود و تمام داده‌ها را جمع‌آوری و پردازش می‌کند. هنگامی که برای بررسی زمین‌ها به پرواز نیاز است، جعبه بالا باز می‌شود و پهپاد کاملاً خودمختار و بدون نیاز به کنترل بلند می‌شود و از هوش مصنوعی برای تشخیص مسائل استفاده می‌کند. Scout در طول ماموریت‌هایی که می‌توانند بر اساس تقاضا برنامه‌ریزی یا راه‌اندازی شوند، داده‌های تنش محصول را جمع‌آوری می‌کند که کشاورزان می‌توانند در طول چرخه زندگی محصول استفاده کنند. هر خلبان پهپادی که بخواهد با هواپیمای بدون سرنشینی با وزن بیش از ۵۵ پوند در هنگام برخاستن پرواز کند، باید از طریق FAA برای معافیت ویژه درخواست کند. این بدان معناست که کشاورزان غیرمعافی که می‌خواهند بذرهای

▲ در کنار آوردن روبات‌های کشاورز به میدان، یکی از پیشرفت‌های بزرگ بعدی در خودکارسازی کشاورزی، روبات‌های گلخانه‌ای است. چندین استارت‌آپ وجود دارند که در حال خودکار کردن گلخانه‌ها هستند. همه عنصرهای گلخانه‌ای به شکل اتوماسیون قابل رشد نیست، اما برای برخی محصولات گلخانه‌ای به رشد خوبی رسیده‌اند. این شرکت‌ها وعده کاهش چشمگیر میزان آب مصرفی -۹۰ تا ۹۵ درصد کمتر- برای تولید محصول را می‌دهند و محیط‌های داخلی کنترل‌شده‌ای دارند که نیاز به آفت‌کش‌ها را از بین می‌برد.

▲ شرکت‌های agtech یا فناوری کشاورزی در حال پژوهش برای رفع موانع هستند. Tortuga AgTech روبات‌هایی را در اختیار مزارع قرار می‌دهد که کارهایی مانند شناسایی و چیدن میوه‌های رسیده را به صورت خودکار انجام می‌دهند. این شرکت می‌گوید، راه‌حل‌های آن می‌تواند به رفع چالش‌هایی مانند کمبود نیروی کار و افزایش هزینه‌ها کمک کند.

بدون سرنشین را در سطح زیر کشت خود پراکنده کنند، در مقدار بذری که می‌توانند در یک بار پخش کنند محدود هستند. با این حال، تعدادی از تولیدکنندگان هواپیماهای بدون سرنشین را به طور خاص برای این منظور به بازار فرستاده‌اند. پهپاد سیستم‌های بین‌المللی دو پهپاد بذر و کود به پرواز در می‌آورد؛ یکی با ظرفیت حمل بار حدود چهار پوند و دیگری با محموله تقریباً ۱۱ پوندی. طبق گفته این شرکت، هر دو پهپاد دارای برد پروازی دومایلی و محدودیت زمانی ۲۰ دقیقه هستند. این پهپادها در دو نوع پهپادهای سمپاش و پهپادهای نظارتی عرضه می‌شوند که سلامت محصول را بررسی می‌کنند. این مفهوم حداقل به سال ۱۹۴۶ برمی‌گردد؛ زمانی که دکتر برنارد وونگات کشف کرد که در شرایطی خاص، وارد کردن ذرات یدید نقره به ابرها می‌تواند کریستال‌های یخ تولید کند که به طور بالقوه بارش ایجاد می‌کند. اگرچه تردیدهایی در مورد این مفهوم وجود دارد، اما با تشدید خشکسالی، سازمان‌های دولتی به تلاش خود ادامه می‌دهند. در سال ۲۰۱۷، موسسه تحقیقات صحرا، همراه با Drone America، به طور مشخص یک پهپاد بدون سرنشین بارور ابر را در طی یک پرواز خودمختار یک‌ساعته و فراتر از خط تصور پژوهشگران به فضا پرتاب کرد. از آن زمان، این موسسه برنامه‌ای را توسعه داده است که به طور منظم پژوهش‌هایی در مورد باروری ابرها در رشته کوه‌های مختلف در مناطق غربی ایالات‌متحده انجام می‌دهد.

الهام حمیدی
نویسنده نشریه

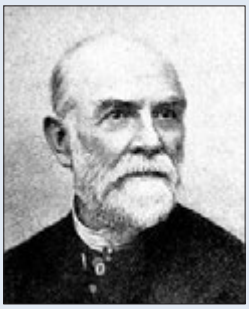
غذای رکود

رکود اقتصادی چگونه بر رفتار غذایی مردم اثر می‌گذارد؟

پیامدهای رکود اقتصادی در کم شدن موجودی حساب بانکی یا از دســت رفتن امنیت شغلی خلاصه نمی‌شود؛ یک اقتصاد بحران‌زده می‌تواند تا یخچال و کمد خانه هم نفوذ کند، عادات جدید شکل دهد و اولویت‌های زندگی را دستخوش تغییرات کند. غذا و عادات غذایی هم از این تحولات در امان نیستند. به طور طبیعی اولین پیش‌فرض ما از تغییرات غذایی ایجادشده در دوران رکود اقتصادی این اســت که مردم کمتر به رستوران می‌روند و بیشتر غذای خانگی می‌خورند. البته فرضیه چندان اشتباهی هم نیست ولی نقش بحران‌های اقتصادی بر عادات غذایی مردم فقط به «پخت‌وپز بیشــتر در خانه» محدود نمی‌شود. در یک بحران اقتصادی رفتارهای غذایی گاهی به شکل غیرمنتظره‌ای تغییر می‌کنند و هر بخشی از صنعت غذا به شکل متفاوتی تحت تاثیر قرار می‌گیرد، رســتوران‌های مستقل ورشکسته می‌شوند ولی بستنی‌فروشی‌ها رونق پیدا می‌کنند و رستوران‌های فست‌فود زنجیره‌ای کاسبی‌شــان سکه می‌شود. از ســوی دیگر بحران اقتصادی مــردم را مضطرب و نگران می‌کند و همین اضطراب عادات غذایی ناسالمی در آنها ایجاد می‌کند. مطالعات زیادی در مورد نقش اقتصاد بر کیفیت خورد و خوراک انجام شده است، ولی نکته قابل توجه این است که نتایج آنها گاهی بسیار متفاوت و متناقض هستند. در کل با مطالعه این مقالات شاید بتوان به جمع‌بندی محتاطانه‌ای دست یافت، ولی باید این موضوع را به خاطر سپرد که رفتار غذایی مردم در بحران‌های اقتصادی در هر کشور ریشــه در بستر فرهنگی و ساختار اجتماعی و اقتصادی دارد و بسیار متاثر از سیســتم غذایی آن کشور است، بنابراین طبیعی است که آنچه رکود اقتصادی بر سر عادات غذایی مردم آمریکا می‌آورد با آنچه بر سر عادات غذایی ساکنان خاورمیانه یا کشورهای آسیایی می‌آورد قابل مقایسه نباشد.

قانون اِنگِل (Engel's Law)

ارنســت اِنگِل، آمارشناس آلمانی، در قرن نوزدهم مطالعه‌ای انجام داد که نتیجه آن فرضیه‌ای شد به نام قانون اِنگِل. بر اساس این تئوری خانواده‌های پردرآمد، سهم کمتری از درآمدشان را صرف تهیه غذا می‌کنند، در حالی کــه خانواده‌های کم‌درآمد باید بخش بزرگی از درآمدشــان را برای این منظور خرج کنند. به عبارت ســاده‌تر هرچه درآمد بیشتر شود، درصد کمتری از حقوق برای غذا خرج می‌شــود. در واقع بخش بزرگی از درآمد خانواده‌هــای پردرآمد، صرف تحصیــل و تفریح و فقط بخش کوچکی صرف غذا می‌شود، در حالی که در خانواده‌های کم‌درآمد درصد بیشــتر صرف غذا و درصد کمتر صرف تحصیل و تفریح می‌شود. در بررسی داده‌های موجود از اداره آمار کار آمریکا بین ســال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۹ خانواده‌های پردرآمد آمریکایی ۶/۶



▲ ارنست اِنگِل، آمارشناس آلمانی، در قرن نوزدهم مطالعه‌ای انجام داد که نشان می‌دهد خانواده‌های پردرآمد، سهم کمتری از درآمدشان را صرف تهیه غذا می‌کنند، در حالی که خانواده‌های کم‌درآمد باید بخش بزرگی از درآمدشان را برای این منظور خرج کنند. به عبارت ساده‌تر هرچه درآمد بیشتر شود، درصد کمتری از حقوق برای غذا خرج می‌شود.

درصد از درآمد سالیانه‌شان را خرج غذا کردند، در حالی که خانواده‌های کم‌درآمد ۳۵/۴ درصد از درآمدشان برای تهیه غذا هزینه شد.

این بدان معناست که در دوران رشد اقتصادی، غذا اولویت اصلی در بودجه خانواده نیست ولی در دوران رکود اقتصادی و کاهش درآمد، غذا اهمیت بیشتری در بودجه خانواده پیدا می‌کند. هرچه بودجه محدودتر شود، غذا سهم بزرگ‌تری از درآمد را به خود اختصاص می‌دهد. به همین دلیل هم نوع تاثیرگذاری بحران‌های اقتصادی در کشورهای پردرآمد و در کشورهای کم‌درآمد بسیار متفاوت اســت. یک بحــران اقتصــادی در کشورهای کم‌درآمد می‌تواند بخش بزرگــی از جمعیت را به مرز ســوء تغذیه و گرسنگی برساند، در حالی که همان بحران در کشوری با درآمد بالا می‌تواند به شــکل تغییر در نوع رژیم غذایی افراد یا تغییر در کیفیت غذای مصرفی خود را نشان دهد.

عادت‌های غذایی در رکود اقتصادی

بحران اقتصادی مردم را خانه‌نشین می‌کند، آنها کمتر تفریح می‌کنند و زمان بیشــتری را در خانــه می‌گذرانند. هرچه پول کمتری داشته باشند، کمتر به رستوران می‌روند. به همین دلیل هم بر اساس آمار منتشرشــده فروش سوپرمارکت‌ها در طول رکود بزرگ سال ۲۰۰۸، نسبت به سال‌های قبل بیشتر ولی در مقابل آن فروش رستوران‌ها کمتر از سال‌های قبل از رکود شد. در دوران رکود بزرگ هزینه رســتوران رفتن آمریکایی‌ها حدود ۱۸ درصد کاهش داشت. ۱۰ سال طول کشید تا مردم بتوانند به اندازه قبل از دوران رکود، برای رســتوران رفتن هزینه کنند. جای تعجب نیست که چرا سال‌های ۲۰۰۹ و ۲۰۱۰ را بدترین سال‌های صنعت رستوران‌داری می‌دانند.

طبیعتاً وقتی مــردم نتوانند به رســتوران بروند، پخت‌وپز در منزل و تهیه غــذای خانگی رواج پیدا می‌کند و خبر خوب می‌تواند این باشد که خانواده‌ها تعداد وعده‌های غذایی بیشتری را در کنار هم صرف می‌کنند. ولی غذا پختن در منزل چندان هم برای همه مردم خوشایند نیست. با همه مشکلات مالی به دلیل ارزان بودن نسبی فســت‌فود در آمریکا، بعضی از مردم ترجیح می‌دهند به جای آشــپزی، از یک فست‌فود غذا سفارش دهند. به همین دلیل هم فروش رستوران‌هایی مانند مک‌دونالد در اوج بحران اقتصادی نه‌تنها کاهش پیدا نکرد، بلکه رشد اندکی نیز تجربه کرد. فروش این شــرکت در سال ۲۰۰۹ افزایشی معادل ۵/۴ درصد داشــت. رستوران‌های ارزان در بحران‌های مالی بازار پررونقی پیدا می‌کنند و سهم مشتری‌های رستوران‌های دیگر را نیز از آن خود می‌کنند. ولی برخلاف آمریکا، در انگلستان فروش همه رستوران‌ها، کافه‌ها، دکه‌های فروش غذا کاهش پیدا کرد ولی مصرف غذاهای نیمه‌آماده و از پیش آماده‌شده در این کشور بسیار افزایش یافت. مشکل اینجاست که حتی اگر قشر بزرگی از مــردم نیز به غذا پختن در منزل روی بیاورند بازهم این روند نمی‌تواند لزوماً به معنی افزایش کیفیت تغذیه باشد. تجربه ثابت کرده اســت که در شرایط بحرانی اقتصاد، مردم مضطرب هرگز به سبزیجات آب‌پزشده و غذاهای کم‌کالری روی نمی‌آورند. در واقع آنها بیشــتر به ماکارونی، پنیرهای فرآوری‌شده و غذاهای سرخ‌کردنی پرنمک و پرکالری متوسل می‌شوند تا بر اضطراب و استرس ناشی از شرایط محیطی غلبه کنند.

در مجموع بیشتر مقالات این نظریه را تایید می‌کنند که وقتی بودجه خانواده محدود می‌شود، کیفیت تغذیه نیز کاهش می‌یابد. البته تعداد معدودی مقاله نیــز وجود دارد که بحران اقتصادی را عاملی موثر در جهت ارتقای کیفیت تغذیه می‌دانند. تحلیل بخشی از این مقالات حول این فرض متمرکز است که به دلیل مصرف بیشتر غذای خانگی، کیفیت تغذیه بهبود می‌یابد. ولی

به نظر می‌آید که آنچه اکثر پژوهشگران بر آن اتفاق نظر دارند این است که شرایط تغذیه با وضعیت اقتصادی ارتباط مثبت دارند؛ هرچه اوضاع اقتصادی بهتر، کیفیت تغذیه بالاتر. برای مثال گزارش سال ۲۰۱۰ بازار ارگانیک انگلستان نشان می‌دهد که فروش این محصولات پس از رکود جهانی از دو میلیارد پوند به ۱/۸۴ میلیارد پوند کاهش پیدا کرد. بر اساس این گزارش فروش گوشت تازه ۲۲/۷ درصد و فروش میوه و سبزیجات ۱۴/۸ درصد کم شد. مطالعه دیگری در سال ۲۰۱۳ بر روی هزار نفر از شهروندان لیتوانی انجام شد و داده‌های آن با مطالعه مشابهی که در سال ۲۰۰۷ در آن کشور انجام شده بود، مقایسه شد. این پژوهش نیز نشان می‌دهد که در سال ۲۰۰۷ مردم لیتوانی هنگام خرید مواد غذایی ۳۲ درصد انتخابشان تحت تاثیر قیمت بود که این رقم در سال ۲۰۱۳ به ۳۶/۸ درصد رسید. آنها قبل از بحران اقتصادی ۳۳/۶ درصد انتخابشان در گرو مزه غذاها بود، ولی بعد از بحران مزه غذاها تاثیر ۲۷درصدی بر انتخاب آنها داشت (ژورنال اروپایی سلامت عمومی، اکتبر ۲۰۱۳). این نتایج یعنی بحران اقتصادی باعث شده بود که مردم بیشتر به قیمت و کمتر به مزه غذا توجه کنند. نتایج پژوهشی هم که مک فادن و لاسک انجام داده‌اند در مقاله‌ای در سال ۲۰۲۱ منتشر شد. در این پژوهش آنها به بررسی میزان فروش مواد غذایی مختلف در رکود اقتصادی می‌پردازند. نتایج این مطعه نشان می‌دهد که با کاهش ۱۰درصدی درآمد در میان قشر متوسط آمریکایی‌ها، مصرف تخم مرغ، شیرتازه و خامه و نوشیدنی‌های غیرالکلی افزایش پیدا می‌کند.

مطالعه بزرگی که سال ۲۰۲۱ در ژورنال «تغذیه رفتاری و فعالیت فیزیکی» منتشر شد، داده‌های مربوط به عادات غذایی در سراسر دنیا در اوج رکود بزرگ را مورد بررسی قرار می‌دهد. البته نویسندگان این تحقیق تاکید دارند، با توجه به اینکه داده‌های جمع‌آوری‌شده حتی داده‌های مربوط به یک کشور بسیار متناقض است، دستیابی به یک نتیجه قطعی ممکن نیست، ولی پس از مطالعه ده‌ها تحقیق و بررسی انبوهی از داده‌های جمع‌آوری‌شده از کشورهای مختلف نتیجه‌گیری کلی و محتاطانه آنها از این مطالعه این است که بحران اقتصادی در کشورهای پردرآمد (مانند آمریکا، ایتالیا و انگلستان) با کاهش مصرف کالری، اما در کشورهایی با درآمد متوسط (پاکستان و گواتمالا) با افزایش مصرف کالری همراه است. بر اساس یافته‌های این پژوهش رکود اقتصادی مصرف میوه و سبزی‌ها را بسیار کاهش می‌دهد، ولی این کاهش در میان قشر کم‌درآمد و پایین جامعه بسیار بیشتر است. علاوه بر آن بر خلاف یافته‌های مطالعاتی که بر آمریکا متمرکز بود، مطالعه داده‌های جمع‌آوری‌شده از کشورهای مختلف نشان می‌دهد مصرف فست‌فود، محصولات شیرین و نوشیدنی‌های غیرالکلی در کل دنیا در دوران رکود کم می‌شود. این مطالعه همچنین افزایش مصرف تخم مرغ در بیشتر کشورهای دنیا در دوران رکود را تایید می‌کند.

بر اساس مقاله‌ای از فوربس، در نظرسنجی که از هزار نفر آمریکایی به عمل آمد ۲۵ درصد آنها اذعان داشتند که در دوران رکود اقتصادی مواد غذایی پرکالری مصرف کرده‌اند. پزشکان، متخصصان تغذیه و مربیان ورزشی نیز شکایت دارند که همزمان با بحران اقتصادی با روی آوردن مردم به کیک، چیپس و پیتزا که در آمریکا غذاهایی ارزان محسوب می‌شوند، دور کمر بیماران آنها در حال افزایش است. در این مقاله آمده است که به دلیل ارزان بودن غذاهای فرآوری شده مانند غذاهای نیمه‌آماده برای پخت در مایکروویو و نودل، مردم در تنگناهای مالی‌شان این غذاها را به غذاهای سالم و ارگانیک ترجیح می‌دهند.

در مطالعه‌ای که در سال ۲۰۲۱ از سوی دانشگاه آمریکایی Sacred Heart با موضوع تغذیه آمریکایی‌ها در دوران رکود انجام شد می‌بینیم که بزرگسالان در این دوران به مصرف غلات تصفیه‌شده (غلات بدون سبوس و بدون مواد مغذی) و روغن جامد روی می‌آورند و مصرف شکر در کودکان به طرز چشمگیری افزایش پیدا می‌کند. پژوهشگران این مطالعه داده‌های جمع‌آوری‌شده قبل از سال‌های ۲۰۰۵ و ۲۰۰۶ را با داده‌های مربوط به سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۰ یعنی دوران رکود جهانی و همچنین داده‌های مربوط به سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۴ مقایسه کردند. به نظر می‌آید که در دوران رکود خانواده‌ها مواد غذایی ارزان را جایگزین مواد غذایی سالم می‌کنند. نکته اینجاست که شاید میزان غذای مصرفی در طبقه متوسط جامعه کاهش چشمگیری پیدا نکرده باشد، ولی کیفیت و تنوع غذایی به‌شدت تحت تاثیر این رکود قرار می‌گیرد. حتی بحران اقتصادی باعث می‌شود که کودکان روزانه ۲۰۰ کالری بیشتر مصرف کنند.

هله‌هوله‌خوری و پرخوری

حتماً شنیده‌اید که می‌گویند استرس موجب پرخوری می‌شود. به گزارش انجمن روان‌شناسی آمریکا تحقیقات ثابت کرده است که سطح اضطراب و استرس ارتباط مستقیمی با میزان تمایل برای خوردن غذاهای پرکالری و چرب دارد. نتایج نظرسنجی‌ها نیز نشان داده است که مردم در زمان استرس از خوردن به

▲ در بحران‌های اقتصادی عادات غذایی مردم فقط به «پخت‌وپز بیشتر در خانه» محدود نمی‌شود، بلکه رفتارهای غذایی گاهی به شکل غیرمنتظره‌ای تغییر می‌کنند و هر بخشی از صنعت غذا به شکل متفاوتی تحت تاثیر قرار می‌گیرد، رستوران‌های مستقل ورشکسته می‌شوند ولی بستنی‌فروشی‌ها رونق پیدا می‌کنند و رستوران‌های فست‌فود زنجیره‌ای کاسبی‌شان سکه می‌شود.

عنوان ابزاری برای حواس‌پرتی استفاده می‌کنند. روان‌شناسان نیز معتقدند در شرایط پراسترس مردم غذا خوردن را راهی برای مقابله با اضطراب‌هایشان می‌دانند. آنها در این شرایط معمولاً اهمیت نمی‌دهند که چه چیزی می‌خورند، برنامه غذایی‌شان نامنظم می‌شود و هرچه در دسترس‌شان باشد می‌خورند (آیریش ایندیپندنت، ۲۰۰۹). ازاین‌رو اولین پیامد یک شرایط بحرانی تغییر رفتار غذایی مردم و فراهم شدن زمینه برای پرخوری، ناسالم‌خوری و افزایش وزن آنهاست. بر اساس مطالعه‌ای که مرکز تحقیقات مینتل انجام داده است در ماه‌های اخیر که سطح نگرانی آمریکایی‌ها از شرایط اقتصادی بالا رفته است، مصرف چیپس و پاپ کورن به‌شدت افزایش پیدا کرده است (بیزینس اینسایدر، ۲۰۲۳). در اوج بحران اقتصادی سال ۲۰۰۸ نیز فروش بستنی افزایش ۲۰درصدی داشت، زیرا نه‌تنها خوراکی ارزان‌قیمتی بود، بلکه می‌توانست حال روحی مردم را نیز بهبود ببخشد.

پدیده دیگری که در دوران رکود اقتصادی شاهد آن هستیم گرایش مردم به سمت مصرف هله‌هوله است. هله‌هوله‌ها مواد غذایی حال‌خوب‌کن (Comfort Foods) هستند که بیشتر آنها با نوعی حس نوستالژی همراه‌اند. عملکرد این غذاها بدین گونه است که سیستم پاداش مغز را فعال می‌کنند و به هوس‌های دائمی منجر می‌شوند که نوعی حس مداوم گرسنگی را ایجاد می‌کنند. مشکل اینجاست که اسنک‌ها و انواع هله‌هوله‌ها معمولاً مملو از شکر، چربی و بسیار پرانرژی هستند و بسیاری از آنها فاقد ارزش غذایی هستند.

در واقع رکود و بی‌ثباتی اقتصادی فقط موجب کم شدن غذای مصرفی خانواده‌ها نمی‌شود. در این شرایط شاید مردم سیر باشند اما این کیفیت غذای آنهاست که قربانی وضع موجود اقتصادی شده است. مردم شروع به مصرف غذای ارزان می‌کنند و دیگر متعهد به هیچ رژیم غذایی نیستند. آنچه مردم می‌خورند نه‌تنها تحت تاثیر درآمدشان بلکه تحت تاثیر سلامت روان‌شان نیز قرار دارد، بنابراین هرچه اقتصاد بحران‌زده‌تر باشد، خورد وخوراک مردم نابسامان‌تر شده، تنوع آن کمتر می‌شود و کیفیت آن پایین‌تر می‌آید. باید پذیرفت که غذای سالم، کم‌کالری و ارگانیک آخرین دغدغه کسی است که کارش را از دست داده است، قسط‌هایش پرداخت نشده و حساب بانکی‌اش خالی است.

محبوب‌ترین مقاصد غذایی در سال ۲۰۲۴

غذا چقدر در انتخاب کشور مقصد موثر است؟

٪۸۸٫۲ از پاسخ دهندگان، غذا را یک عنصر تعیین‌کننده می‌دانند.

٪۱۱٫۸ از پاسخ دهندگان، غذا را یک عنصر کم‌اهمیت می‌دانند.

در سفر چقدر برای غذا هزینه می‌شود؟

بیش از یک‌سوم هزینه ها به غذا تعلق دارد.

چند درصد از گردشگران به دنبال تجربه جدید غذایی هستند؟

٪۵۰٫۰

محبوب‌ترین برندهای فست فود
Fast Food
فروش سالیانه
رتبه
مرغ
برگر
اسنک
ملل
پیتزا
ساندویچ
KFC
Popeyes
Zaxby's
Bojangles
McDonald's
BURGER KING
SONIC
Starbucks
DUNKIN'
DQ
Jack in the box
Little Caesars
PAPA JOHNS
TACO BELL
CHIPOTLE
PANDA EXPRESS
Pizza Hut
SUBWAY
Arby's
Panera BREAD
Culver's
Hardee's
FIVE GUYS
Carl's Jr
In-N-Out
Checkers
Shake Shack
Freddy's
Popeyes
Chick-fil-A
Wendy's
Wingstop
Popeyes
Chick-fil-A
Moe's
QDOBA
Del Taco
Domino's
Papa John's
Jimmy John's
Jersey Mike's
Jimmy John's
Arby's
Culver's
Jack in the box
Dairy Queen
Dunkin'
Starbucks
Sonic
McDonald's
Burger King
Wendy's
Chick-fil-A
Popeyes
Zaxby's
Bojangles
Popeyes
Chick-fil-A
Wingstop
Dairy Queen
Starbucks
Dunkin'
Dairy Queen
Chipotle
Taco Bell
Papa John's
Little Caesars
Pizza Hut
Domino's
Subway
Panera Bread
Arby's
Jimmy John's
Jersey Mike's
Jimmy John's
Arby's
Culver's
Jack in the box
Hardee's
Five Guys

علی‌اکبر خدایی
دبیر اتحادیه تولید و تجارت آبزیان ایران

کشتی محکم شیلات در اقیانوس صادرات

آیا صنعت شیلات در بخش صادرات موفق است؟

صنایع غذایی شـــیلاتی ایران با توجه به موقعیت جغرافیایی کشور، دسترسی به آب‌های آزاد، بهره‌مندی از مزیت خدادادی بزرگ‌ترین دریاچه جهان که مهد خاویار دنیا به حساب می‌آید و وجود آب‌بندان‌ها و ســـدها و مزارع تولیدی انواع آبزیان، و همچنین وجود ده‌ها واحد فرآوری و بسته‌بندی پیشرفته و رجیسترشده در کشورهای پیشتاز مصرف آبزیان مستعد رونق فراوان است.

وضعیت صنعت شیلات کشور در بخش صادرات

به جـــرات می‌توان گفـــت در میان تمام صنایع غذایی کشـــور به‌خصوص پروتئین دامی صنعت شیلات ایران دارای برترین جایگاه ازنظر توان صادراتی است. در اینجا لازم می‌دانم به سه موضوع مهم در ارتباط با اثبات این ادعا اشاره کنم:

۱- واحدهای صنایع شیلاتی کشور در بزرگ‌ترین بازارهای آبزیان دنیا از سال‌ها پیش رجیستر شده‌اند که این امر در هیچ‌یک از صنایع غذایی کشور به این گستردگی و قوت وجود ندارد. کافی است اشاره شـــود تعداد ۹۴ واحد ما دارای کد EC هستند و میگو و خاویار ایران بدون هیچ محدودیتی به کشـــورهای اروپایی صادر می‌شود. تعداد ۳۶ واحد فرآوری، بســـته‌بندی ماهی و میگو و خاویار، کارخانه‌های خوراک آبزیان و پودر ماهی کشورمان در مرجع صلاحیت‌دار بهداشتی و گمرک روسیه ثبت‌نام شده و رجیستر هستند. در بزرگ‌ترین بازار آبزیان دنیا که بازار چین است نیز ۶۹ واحد فرآوری آبزیان ایران اجازه صادرات به این کشور را دارند. سایر کشورهای واردکننده نظیر ویتنام، کره جنوبی، کشورهای همسایه و کشورهای آمریکای لاتین و آفریقا و اقیانوسیه نیز به اعتبار همین وضعیت واردکننده آبزیان ایران هستند. از این نکته مهم هم نگذریم که تعداد ۶۳ کشور دنیا در تمام پنج قاره دنیا در سال ۱۴۰۳ مشتری آبزیان ایران بوده‌اند.

۲- وجود زیرســـاخت‌های لازم برای تولیـــد محصول صادراتی آبزیان با همت و تلاش سازمان دامپزشکی ایران و مشارکت صاحبان واحدهای فرآوری و بســـته‌بندی و نیز تعـــداد زیادی از مزارع میگو، خاویار، ماهی در قفس و بخش‌هایی از صنعت سردابی و بعضاً گرمابی کشور عاملی شده که بتوان این محصولات را به ۶۳ کشور دنیا صادر کرد. سازمان دامپزشکی کشور برنامه پایش ملی باقیمانده‌ها (NRP) را هر سال انجام داده و نتایج آزمایش‌های دائمی این پایش از سوی آزمایشگاه‌های بین‌المللی مرجع و مورد تایید اتحادیه اروپا کنترل و نظارت می‌شود. چنین زیرساختی تنها در بخش آبزیان (و روده) انجام شده و این توانمندی بخش آبزیان در تطبیق خود با شرایط بین‌المللی را نشان می‌دهد و همین موجب چنین برتری نسبت به سایر بخش‌ها شده است.

۳- نکته مهم دیگر اینکه صنعت آبزیان کشور با تولید حدود ۱/۳ میلیون تن انواع آبزی دریایی و پرورشی سهم یک‌درصدی از مجموع ۱۳۰ میلیون تن تولیدات بخش کشاورزی را دارد اما به رغم تنها یک درصد سهم از تولید هفت درصد سهم از صادرات رســـمی بخش کشاورزی را به خود اختصاص داده و ارزش تجاری ۲۰۶ هزار تن صادرات این بخش (انواع ماهی، میگـــو، خاویار به همـــراه پودر ماهی، کنســـرو و خـــوراک آبزیان) بر مبنای اظهارنامه‌های رســـمی گمرکی حدود ۳۷۲ میلیون دلار بوده است.

ظرفیت‌ها و محدودیت‌ها

در صنایع شیلاتی در میگو، ماهیان حرام‌گوشـــت و خاویار وضع مناسبی داریم، در بخش‌های کنسرو و خوراک آبزیان نیز رو به رشـــد هستیم، اما در چند بخش دیگر تولیـــدات صادراتی چندانی نداریم.

همان‌گونه که اشـــاره شد در میگو، ماهیان غیرماکول (آبزیان حرام‌گوشت) و خاویار وضع صادرات خوب است. البته میگو و خاویار از گذشته در سبد صادرات شیلاتی کشـــور بوده است. اما صادرات ماهی‌های حرام‌گوشت اقدامی نوین در صادرات کشور اســـت. در گذشته این ماهی‌ها به پودر ماهی تبدیل می‌شدند و بازارپسندی مقبولی نداشتند اما امروزه چین و بســـیاری از کشورهای جنوب شرق آسیا خریدار این ماهی هستند و درواقـــع صادرکنندگان آبزیان ایران در دهه گذشته توانسته‌اند محصولی را که می‌توانست ارزآور باشد از تبدیل شدن به پودر ماهی که کم‌ترین درآمد را دارد (معمولاً هر پنج کیلو ماهی غیرماکول تبدیل به یک کیلو پودر می‌شـــود که حـــدود ۱/۳ دلار قیمت دارد؛ یعنی هر کیلو ماهی تازه کمتر از ۳۰ سنت) به ده برابر قیمت آن که حدود سه دلار است به فروش رسانند. این موفقیت نه‌تنها از بعد ایجاد ارزش افزوده و افزایش درآمد ارزی مهم اســـت بلکـــه از منظر ایجاد اشتغال و رونق کســـب‌وکار صیادان و بهبود رفاه و معیشـــت آنان هم دارای ارزش‌های اجتماعی مطلوب است.

درهرحال صادرات عمده آبزیان ما محدود به آبزیانی نظیر میگو، خاویار و آبزیان غیرماکول است و چین و کشورهای جنوب شرق آسیا که خود بزرگ‌ترین تولیدکنندگان و البته بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان این محصولات هستند بیشترین سهم واردات را دارند. توجه به این نکته مهم است که توان صادرات به کشورهایی که مهد تولید مصرف آبزیان هستند نشان از توانمندی این صنعت در کشور دارد و به‌مثابه همان زیره به کرمان بردن و فروختن آن در بازاری است که فروش در آن قدرت رقابت زیادی لازم دارد.

بازار روســـیه نسبت به گذشته بسیار رشد داشته به‌نحوی‌که این کشور از رتبه ۳۱ مقاصد صادراتی ایران به رتبه سوم برای کل آبزیان تبدیل شده و در مورد میگو در سال‌های اخیر در رتبه‌های اول و دوم قرار دارد.

در زمینه صادرات خاویار هم وضعیت نسبتاً مطلوب است و تمام صادرات خاویاری ما از ماهی‌های پرورشـــی است. رشد و توسعه این بخش کاملاً به صادرات خاویار وابسته است و پیشران صنعت پرورش ماهی خاویار کشور فعالیت واحدهای رجیسترشده فرآوری خاویار و بازاریابی صادرکنندگان خاویار کشور است. صنعت کنسرو ماهی تون توانسته خود را در قامت یکی از بخش‌های مهم صادراتی آبزیان کشور مطرح کند و به همین شکل کارخانه‌های خوراک آبزیان به‌سرعت از ظرفیت‌های خالی خود برای تولید و صادرات به کشورهای همسایه اســـتفاده می‌کنند. این بخش‌ها قابلیت افزایش ظرفیت‌های خود را دارند.

در سایر بخش‌ها اما توان صادراتی‌مان ضعیف یا دچار ابهام است. بخش صنعت پرورش ماهی گرمابی ما بـــه رغم صادرات حدود ۳۵ هزارتنی (به ارزش ۴۸ میلیون دلار) اما به‌شدت به بازار عراق وابسته است و بیش از ۹۰درصد صادرات به این کشور است. اگر به هر دلیل (که قبلاً هم ســـابقه داشـــته) این بازار دچار مشکل شود مجموعه صنعت از آن متاثر می‌شـــود. در تولید قزل‌آلا هم آمارها حکایت از ۲۰۰ هزار تن دارد کـــه به‌صورت بالقوه قابلیت بازاریابی صادراتی را به ذهن متبادر می‌کند اما متاسفانه بخش عمده آن ازنظر تطابق با ویژگی‌های درخواستی مد نظر بازارهای هدف دارای ضعف است و به همین دلیل سهم این ماهیان از صادرات حداکثر ۱۴ هزار تن است که کمتر از هفت درصد تولید را شامل می‌شود. پرورش ماهی در قفس هم صنعت نوپایی است که هنوز به حجم تولید انبوه نرسیده ازاین‌رو شایســـته توجه بیشتر در زمینه حمایت از تولید است. در این موارد کارهایی باید صورت بگیرد که مهم‌ترین آنها استفاده از تجربه میگو و خاویار است. بدین معنی که برنامه پایش ملی یا همان NRP موردنظر سازمان دامپزشکی را در این بخش‌ها با قوت و قدرت اجرایی کنیم تا ساختار اصلی برای توسعه تولیدات شیلاتی در این بخش‌ها ایجاد شود. هنگامی که فرهنگ تولیدات صادراتی در میان پرورش‌دهندگان این

حمید کاشانی
رئیس هیات‌مدیره اتحادیه سراسری مرغداران میهن

بخش نهادینه شود به‌زودی شاهد رشد سریع صادرات در این زمینه‌ها هم خواهیم بود. شاید مهم‌ترین چالش یا مانع توسعه صادرات صنایع غذایی در بخش آبزیان این است که دولت همچنان به تولید بدون توجه به نیازهای بازار بها می‌دهد، و این عدم توجه تنها به نیازهای صادراتی محدود نیست، بلکه حتی در بازار داخل هم وضع به همین منوال است. مثلاً مردم به ماهی تیلاپیا علاقه‌مند هستند و عطش برای واردات وجود دارد، اما در زمینه تولید بهای لازم داده نمی‌شود. درهرحال ریل‌گذاری بخش تولید انجام شده است و البته این ریل بعضاً کج‌ومعوج است، به همین دلیل هم تولیدکنندگان با انواع مشـــکلات مواجه هستند اما چون توجه به بخش بازار به‌عنوان پیشـــران این صنعت مهم به‌درستی و با اولویت لازم انجام نشده بنابراین مشکلات تشدید می‌شود.

پرسش مهم این است که آیا تفکر تولید صادراتی در کشور شکل گرفته است؟

پاسخ این پرسش مثبت است و این تفکر حاصل یک درک همگانی است؛ چراکه همه بخش‌های مختلف صنعت به این باور رسیده‌اند. گسترش تفکر صادراتی موجب بهبود کیفیت تولیدات داخلی نیز شده است و این به نفع مصرف‌کننده داخلی است. فراموش نکنیم برای صادرات محصولات شـــیلاتی انواع و اقسام آزمایش‌ها اعم از آلودگی باکتریایی، شیمیایی، باقی‌مانده فلزات سنگین و... با دقت انجام می‌شود.

در صنایع شیلاتی برای صادرات علاوه بر گواهی بهداشتی صادره از سوی سازمان دامپزشـــکی، همان‌گونه که اشاره شد نیاز به رجیستری در کشورهای واردکننده هست و همچنین داشتن گواهی‌نامه‌هایی نظیر GMP و BAP که ما ملزم به رعایت آنها هستیم. در این راستا درصددیم تا مشاوران و مربیان مورد نیاز را به کشور دعوت کنیم تا آموزش‌های لازم ارائه شود. در بحث آموزش باید بخش دامپزشکی بیشتر تقویت شود. خوشبختانه در کشور، مهندسان شیلات کارآزموده داریم که همه اینها به توسعه تفکر صادراتی بسیار کمک می‌کند.

آمارها چه می‌گویند؟

اگر به لحاظ نبود سامانه‌ای برای راســـتی‌آزمایی اعداد و ارقام اعلامی سازمان شیلات ایران در زمینه آمارهای تولید نتوان با قاطعیت سخن گفت، اما به لحاظ آنکه صادرات مستند به اظهارنامه‌های گمرکی و غیرقابل خدشه است آمار صادرات آبزیان ایران حتی به کیلوگرم قابل محاســـبه است. بر اساس آمار رسمی سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۴۰۲ بیش از ۲۰۶ هزار تن انواع آبزیان از کشور صادر شده که نسبت به ســـال قبل ۳۷ هزار تن (۱۸درصد) افزایش داشته است. حدود ۶۹ هزار تن انواع آبزیان دریایی، ۳۵ هزار تن ماهی گرمابی، ۳۲ هزار تن میگو، ۱۴ هزار تن ماهی سردابی، ۵ تن خاویار و ۴۷۱ تن ماهی زینتی از کشور صادر شده و همزمان ۵۴ هزار تن خوراک آبزیان و ۳۲۰۰ تن کنسرو ماهی از کشور صادر شده است که ارزش رسمی گمرکی آن حدود ۳۷۲ میلیون دلار بوده است.من به مردم این اطمینان را می‌دهم که تولیدات آبزیان کشـــور در بهترین شرایط کیفی انجام می‌شود و مردم ایران آن چیزی را مصرف می‌کنند که مردم دنیا در سفره‌های خود دارند. ایرانیان می‌توانند به تولیدکنندگان و تمامی فعالان این عرصه افتخار کنند که توانسته‌اند محصولی با مقبولیت جهانی تولید کنند و با وجود همه تنگناها اعم از تحریم‌های ناجوانمردانه خارجی و ســـوء مدیریت‌های داخلی در رقابت با رقبای قدرتمند جهانی موفق و سربلند باشند.درعین‌حال از تولیدکنندگان هم استدعا دارم که زیرساخت‌های خود را تجهیز کنند و به سمت تولیدات صادراتی بروند، چراکه ما ظرفیت بالایی برای صادرات در این بخش داریم که این به توسعه تولید و اشتغال و سودآوری حرفه آنان بسیار کمک خواهد کرد. آبزیان ما به ۶۳ کشور دنیا صادر می‌شـــود و بسیاری از این کشورها دارای استانداردهای بسیار سختگیرانه هستند و هر محصولی اجازه ورود به آن کشـــورها را ندارد و حال که این بازارها فتح شده یعنی صنایع غذایی شیلاتی ما دارای بهترین استانداردها هستند و مردم می‌توانند با اعتماد و اطمینان به مصرف آبزیان روی آورند.

نقشه راه توسعه بازارهای داخلی و صادراتی

چه آینده‌ای در انتظار واحدهای تولید تخم مرغ است؟

صنعت تخم مرغ در خلال سال‌های اخیر و با حمایت‌های ویژه‌ای که در بدنه دولت، به ویژه وزارت جهاد کشـــاورزی از دو ســـال پیش از این صنعت به عمل آمده، به یکی از صنایع رقابتی در بازارهای صادراتی تبدیل شده است، تا جایی که این صنعت از نظر تکنولوژی واحدهای تولیدی و زنجیره‌های تولید دارای شرایط بسیار خوبی است و همین امر باعث شده در بحث مولفه‌هایی همچون هزینه تمام‌شده رقابتی و تکنولوژی‌های به‌روز و متناسب با آخرین تکنولوژی دنیا از شاخصه‌های بسیار مناسبی برخوردار باشد.

خوشبختانه امروز این صنعت بهترین شرایط را در مقایسه با کشورهای رقیب در اختیار دارد، به طوری که با همت واحدهای تولید تخم مرغ و مگافارم‌هایی که در اختیار این صنعت است، شرایط مناسبی برای صادرات به عراق، افغانستان، ترکمنستان و کشورهای حاشیه خلیج فارس وجود دارد و فعالان این صنعت دارای مزیت‌های رقابتی بالایی هستند.

خوشبختانه مسئولان دولتی نیز به موضوع توسعه صادرات محصول تخم مرغ نگاهی مثبت دارند و این نگاه از اوایل دولت سیزدهم آغاز شد که نتیجه آن تبدیل شدن کشور از یک مقصد صادراتی به یک مبدأ صادراتی است و به عبارتی از یک کشور واردکننده تخم مرغ به کشور صادرکننده این محصول تبدیل شـــدیم. در دوره وزیر پیشین جهاد کشاورزی برای نخستین‌بار به صورت قانونمند، تفویض اختیارهای بی‌نظیری از حوزه سیاست‌گذاری دولتی به اتحادیه صورت گرفت و تقریباً تمام مباحث واردات و صادرات و جوجه‌ریزی و... از ستاد تنظیم بازار به اتحادیه واگذار شد و این اقدام اعتمادسازی بسیار خوبی را به وجود آورد که در نتیجه این سیاست صادرات تخم مرغ آغاز شد و سال قبل ۱۳۶ هزار تن صادرات تخم مرغ از مبدأ ایران صورت گرفت و امروز به یک قدرت رقابتی در بازارهای منطقه تبدیل شده‌ایم.

با این حال به نظر می‌رســـد برای رســـیدن به موقعیت‌های مناســـب‌تر در بازارهای جهانی نیازمند حمایت‌های بیشتر دولتی هستیم. برای این منظور توصیه می‌شود کمیته‌ای برای حل مشکلات صادرات در دولت ایجاد شود و نمایندگانی در سطح معاون اقتصادی وزیر امور خارجه، معاون بازرگانی وزارت جهاد کشاورزی و سایر وزارتخانه‌های اقتصادی با دستور رئیس‌جمهور برای رفع چالش‌های صادراتی محصولات به صورت هفتگی دور هم جمع شـــوند و به طور ویژه و با زمان‌بندی مشخص و ظرف مدت‌زمان معین، اقدامات صورت‌گرفته در حوزه صادرات محصولات مختلف را بررسی و گزارش کنند.

به عنوان مثال اتحادیه مرغ و تخم مرغ برای ورود پایدار به بازار روسیه بسیار تلاش کرده و هیات‌های روســـی را دعوت و استانداردهای مد نظر این کشـــور را پاس کرده، اما یک عزم ملی در سطح کشوری می‌طلبد تا با اعزام هیات‌های دولتی به این کشور و با رایزنی‌های درست بتوان صادرات انجام داد و این موضوع نیازمند حمایت‌های بیشتر دولتی است.

در عین حال باید برخی چالش‌ها در حوزه بازار داخلی این محصول نیز برطرف شود، به عنوان مثال دو سال پیش و با آزادسازی قیمت ارز از ۴۲۰۰ تومان به ۲۸۵۰۰ تومان، سرمایه در گردش واحدهای تولیدی افزایش یافت و این در حالی است که قیمت محصول متناسب با رشد هزینه‌ها افزایش نیافت و این موضوع پایداری و تداوم و انگیزه تولید را به شدت تحت تاثیر قرار داد. قیمت تخم مرغ آخرین بار در اسفند ۱۴۰۱ افزایش یافته که اوایل اردیبهشت سال قبل ابلاغ شد و این در حالی است که قرار بود اگر قیمت نهاده‌های این صنعت هفت درصد افزایش یابد، قیمت محصول نهایی نیز اصلاح شود، درحالی‌که در فاصله دو سال اخیر که قیمت این محصول ثابت مانده، نرخ کرایه‌ها چهار بار رشـــد کرده و تنها در سال قبل شاهد دو مرحله افزایش دستمزد بودیم. این در حالی است که قیمت ریزمکمل‌ها، دارو و واکسن و... دو برابر شده و نهاده‌هایی که با ارز ۲۸۵۰۰ تومانی تامین می‌شوند (مثل سویا) سه بار در سامانه بازارگاه افزایش یافته است، اما قیمت تخم مرغ همسان‌سازی نشده و به دستور رئیس‌جمهور فقید قرار بود قیمت این محصول بعد از ماه رمضان و عید تغییر کند و بهای پیشنهادی اتحادیه که نرخ ۶۵ هزار تومان در هر کیلو است اعمال شود.

واقعیت آن است که تولیدکنندگان در این مدت بازارهای صادراتی خود را کاهش داده‌اند تا بتوانند بازار تخم مرغ کشور را تنظیم و شرایط مناسبی را ایجاد کنند و امیدواریم با اصلاح قیمت این محصول شرایط برای بهبود منابع مالی شرکت‌های تولیدی و متناسب‌سازی قیمت‌ها با هزینه‌های تولید فراهم شود.

مسعود توتونچیان
مدیرعامل صنایع غذایی سحر

شرط بقای تولید

رشد صادرات با چه موانعی روبه‌رو است؟

صادرات ضامن بقای تولید و ایجاد اشتغال است. کشور ما در بخش کشاورزی دارای پتانسیل‌های ویژه‌ای است و می‌توانیم با رشد و توسعه واحدهای صنایع تبدیلی، هم صنعت کشاورزی را حفظ و هم اشتغال ایجاد کنیم. ورود به بازار صادرات عامل ارزآوری برای کشور است و جذب ارز، زیرساخت‌های توسعه کشور را فراهم می‌کند. حضور پررنگ در عرصه صادرات، مستلزم توسعه زیرساخت‌های تولیدی، بهبود فرآیندها و توسعه اشتغال است. همچنین، دارا بودن کیفیت و بسته‌بندی‌های قابل رقابت در عرصه بین‌المللی موجب پیشرفت خودبه‌خودی واحدهای تولیدی و ارائه محصول باکیفیت به مصرف‌کننده می‌شود. اگر صادرات و مشارکت‌های بین‌المللی را در دستور کار خود قرار دهیم، صادرات فواید جانبی دیگری نیز برای ما دربر خواهد داشت. بالا رفتن استانداردها و کیفیت محصولات صادراتی موجب افزایش استانداردها و کیفیت داخلی خواهد شد. از سوی دیگر، صادرات یادگیری سازمانی را افزایش خواهد داد. یکی دیگر از فواید صادرات افزایش اعتمادبه‌نفس تولیدکنندگان داخلی است. با حضور در بازارهای صادراتی و در کنار برندهای جهانی اعتمادبه‌نفس تولیدکنندگان ما افزایش یافته و در صورت حضور برندهای خارجی در داخل کشور نیز توان رقابت با آنان را خواهند داشت.

موانع رشد صادرات

ورود به بازارهای بین‌المللی کار بسیار سخت و پیچیده‌ای است. اخذ مجوزهای لازم و متداول در کشور مقصد، ارائه طراحی متفاوت، بسته‌بندی متناسب، شناخت ذائقه مشتری و توسعه برند از الزامات ورود به این بازارهاست. از دیگر مشکلات مهم ما، وجود صادرکنندگان غیرحرفه‌ای و مقطعی است و چون الفبای صادرات را نمی‌شناسند، موجب ضرر و زیان خود، سایر تولیدکنندگان و همچنین بازار هدف می‌شوند که به اعتقاد بنده دولت باید فکر عاجلی در این مورد کند. از دیگر مشکلات ما اخذ و ابلاغ تصمیمات غیرکارشناسی و یک‌شبه از سوی نهادهای ذی‌ربط است. نباید مقوله صادرکننده و صادرات را به شوخی و بازی بگیریم. متاسفانه صادرات برای مسئولان ما جزو اولویت‌ها نیست. چه خوب بود اگر سیاست‌گذاران ما از کشورهای موفق در امر صادرات الگوبرداری (Benchmarking) می‌کردند. بررسی سیاست‌گذاری این کشورها در زمینه صادرات و تسهیلاتی که برای صادرکنندگان فراهم می‌کنند، راهگشاست.

لازم هم نیست سراغ بهترین‌های صادراتی برویم. کافی است از همین کشورهای همسایه که به طور نسبی در امر صادرات موفق عمل کرده‌اند الگوبرداری کنیم. دولت در سیاست‌گذاری‌ها و قانون‌گذاری‌ها اقدامات آنها را مبنای کار و تصمیم‌گیری قرار دهد. مشکل دیگر این است که به‌رغم وجود مزیت‌های جغرافیایی، آفتاب مناسب و نیروی کار ارزان، برداشت در هکتار محصولات کشاورزی در کشور ما به مراتب پایین‌تر از سایر کشورهاست. این امر باعث کاهش بهره‌وری و افزایش قیمت تمام‌شده محصولات می‌شود. همچنین عدم حمایت از صادرکنندگان، وجود مشکل در نقل‌وانتقال وجوه صادراتی، مشکلات حمل‌ونقل، ترانزیت و انجام امور گمرکی از مواردی است که در امر صادرات با آن مواجه هستیم.

مشکلات صادرات

در میان مشکلات متعددی که در حوزه صادرات وجود دارد که برای همه صنایع از جمله صنایع غذایی مشکل‌آفرین بوده است، تحریم‌ها در زمینه صادرات و نقل‌وانتقال پول و تجارت کالاها موانع مهمی محسوب می‌شوند. با توجه به اعمال تحریم‌ها و بروز برخی محدودیت‌ها، ما به عنوان تولیدکننده به بحث برگشت ارز حاصل از صادرات به کشور و صرف ارز در واردات کالاهای اساسی اعتقاد داریم و از این بحث حمایت می‌کنیم؛ اما موضوع اساسی این است که بازه زمانی بازگشت ارز باید بازه‌ای یک‌ساله در نظر گرفته شود و به تولیدکننده‌ای که به صورت قانونی از مبادی رسمی اقدام به صادرات کالای شناسنامه‌دار می‌کند و با توجه به سرمایه‌گذاری که در بخش توزیع محصولات در بازارهای صادراتی کرده است، این فرصت را داد که ارز حاصل از این صادرات را به شکل رسمی و قانونی و در بازه زمانی مورد نظر بازگرداند. صادرکننده واقعی با خام‌فروشان لب مرز تفاوت دارد، دریافت وجه کالاهای صادراتی از مشتریان بین‌المللی که مطابق قراردادهای بلندمدت فی‌مابین انجام می‌گیرد، پروسه‌ای زمان‌بر و محدودکننده است. متصدیان امر و سازمان‌های ذی‌ربط باید با لحاظ تمام این موارد بازه برگشت ارز حاصل از صادرات را تعریف و اجرایی کنند که پیشنهاد ما به عنوان یک صادرکننده بازه یک‌ساله است.

یکی از مشکلاتی که صادرکنندگان ایرانی با آن مواجه هستند، مشکل قیمت‌های رقابتی است. دلیل اینکه قیمت محصولات ایرانی نسبت به سایر صادرکننده‌ها کمتر رقابتی است، مربوط به هزینه‌های تولید و تورم بالا در تامین مواد اولیه است. افزایش قیمت ارز موجب بالا رفتن قیمت مواد اولیه کشاورزی و توجیه‌پذیر شدن تولید محصولات می‌شود و این فرآیند از مهاجرت کشاورز از روستا به شهر و حاشیه‌نشینی پیشگیری می‌کند. عدم حمایت‌های دولتی از صادرکنندگان واقعی و عدم تخصیص یارانه‌های تشویقی به منظور تقویت جایگاه محصولات و برندهای ایرانی در بازارهای صادراتی از عمده این مسائل است. با توجه به نوسانات نرخ ارز صرفاً در راستای رقابتی کردن برخی محصولات زمانی که ارزش پول ملی کاهش می‌یابد، قیمت صادراتی کسر می‌شود که در بسیاری از موارد همچون کاهش ارزش پول ملی و افزایش قیمت دلار که باعث افزایش غیرواقعی و نامرتبط قیمت مواد اولیه می‌شود، کاهش قیمت‌ها هم مقدور نیست؛ البته راهکارهایی از قبیل ورود موقت برخی مواد اولیه و بسته‌بندی وجود دارد که می‌توان از این موارد بهره برد.

مشکل دیگر در بخش صادرات مشکل فرهنگی است. ارزش صادرات در تمامی ارکان جامعه به معنای واقعی جایگاه خود را پیدا نکرده است؛ عامه مردم بر این باورند که همه محصولات باکیفیت صادر می‌شود. بانک‌ها گمان می‌کنند صادرکنندگان سودآوری بالایی دارند. از سوی دیگر، زمانی که به سفارت‌ها مراجعه می‌کنیم متوجه می‌شویم که آمادگی لازم برای صادرات وجود ندارد. مضاف بر آن، ارکان دولتی هم ملزوماتی را که برای صادرات مورد نیاز است، فراهم نمی‌کنند. بازاریابی، انبار و توزیع در بازار هدف هزینه‌بر است، در کشور هماهنگی‌های لازم وجود ندارد و به همین دلیل صنایع غذایی در بازارهای بین‌المللی سهم واقعی خود را پیدا نکرده‌اند.

شرط موفقیت در صادرات

برای موفقیت در امر صادرات رعایت سه شرط ضروری است؛ نخست آنکه باید در وظایف حاکمیت بازنگری شود. دوم، وظایف بخش خصوصی و سوم، بحث فرهنگ‌سازی است. شرکت‌ها باید برای کشور در ازای محصولات ارزشمندی که به نقاط مختلف دنیا با توجه به جغرافیای ویژه ایران صادر می‌شود، ارزش افزوده بیافرینند.

فرهنگ‌سازی باید از سوی رسانه‌ها، وزارتخانه‌ها و... صورت بگیرد و صادرات به عنوان ارزش ملی در نظر گرفته شود؛ از حاکمیت انتظار بسترسازی داریم. نباید هر کسی وارد حوزه صادرات شود؛ به همه نباید مجوز کارت بازرگانی داد. در ترکیه در صنعت کنسرو فقط حدود ۵۰ شرکت فعال هستند و فقط ۱۴ شرکت اجازه صادرات دارند. ما درگیر واحدهای زیرپله‌ای هستیم که با کیفیت ضعیف محصول تولید می‌کنند و آبروی کشور در خطر قرار می‌گیرد. در همه دنیا واحدهای تولیدی رتبه‌بندی می‌شوند؛ کالاهای واحد تولیدی در گمرک نمی‌ماند و از لاین سبز رد می‌شود، اما ما کی به این بلوغ می‌رسیم؟ کیفیت و بازاریابی از وظایف بخش خصوصی است؛ باید به این نقطه برسیم که تولید برای صادرات اتفاق بیفتد. پس از بازاریابی، روان‌شناسی رنگ و بسته‌بندی و الزامات بازار هدف در تمام ابعاد باید بررسی شود؛ اگر پازل‌ها با همکاری بخش خصوصی تکمیل شود، صادرات کالا صد برابر خواهد شد.

تغییر الگوی تولید و مصرف

نوسان اقتصاد کلان چگونه صنعت غذا را گرفتار می‌کند؟

سیروس مجبوری
روزنامه‌نگار

تغذیه نیاز حیاتی هر انسانی است. از همان دوران غارنشینی که انسان اولیه برای تهیه خوراک به شـکار حیوانات روی آورده بود تا حالا که هر غذایی که اراده کنید با یک تماس یا سـفارش اینترنتی به دست شما می‌رسد، بشر همواره به دنبال بهبود کیفیت تغذیه خود بوده است. با توسعه اقتصاد جهانی، صنایع مختلف هم همگام با نیازهای مردم درصدد بهبود تولید و خدمات خود به مصرف‌کنندگان برآمده‌اند. یکی از صنایعی که در راستای برطرف کردن این نیاز به وجود آمده صنعت غذایی است؛ یک شبکه پیچیده و جهانی از مشاغل گوناگون که بخش زیادی از مواد غذایی مصرفی مردم جهان را تامین می‌کند. در واقع «صنایع غذایی» مجموعه‌ای از فعالیت‌های صنعتی است که شامل تولید، پخش، تبدیل، تهیه، نگهداری، حمل‌ونقل، صدور گواهینامه، فرآوری و بسـته‌بندی مواد غذایی می‌شود. با پیشرفت فناوری، صنعت غذا تحولات زیادی را پشـت سـر گذاشته و حالا تنوع آن فراتر از حد تصورشـده است، به طوری که تولیدات آن از فعالیت‌های کوچک، سنتی و خانوادگی بسیار سخت گرفته تا فرآیندهای صنعتی بزرگ، سرمایه‌بر و مکانیزه بسیار گسترده است. قیمت مواد غذایی به دلیل نقش حیاتی غذا در تامین امنیت غذایی، همواره متوجه سیاسـت‌گذاران بوده اسـت. از طرفی، این بخش همانند سایر بخش‌های اقتصادی تحت تاثیر سیاست‌های کلان اقتصادی قرار می‌گیرد، از این‌رو، همواره سعی می‌شود با استفاده از سیاست‌های مختلف پولی و مالی تورم مواد غذایی را کنترل کنند. امنیت غذایی به دلیل نقش مهمی که در تامین سلامت اجتماعی، توسعه اقتصادی و حفظ امنیت ملی دارد، به طور گسترده‌ای همواره مورد توجه سیاست‌گذاران بوده که در این میان قیمت نقش مهمی در عرضه و تقاضای مـواد غذایی دارد. به طور کلی، عواملی را که به تورم مواد غذایی منجر می‌شوند، می‌توان به دو گروه اصلی تقسیم‌بندی کرد:

نخست، ساختارگرایان معتقدند شوک‌های واقعی در بخش‌های خاصی از اقتصاد موجب افزایش قیمت مواد غذایی و دیگر کالاها می‌شود و بیشتر در کشورهای در حال توسعه موضوعیت دارد که از جمله می‌توان به کشش پایین عرضه محصولات کشـاورزی، محدودیت ارز، قیمت و دستمزد، و قیمت‌های بالا در بخش صنعت نام بـرد که تا حد زیادی موجب تورم و تداوم آن در این کشورها می‌شـود. دیدگاه دوم، دیدگاه پول‌گرایان است که معتقدند افزایش در عرضه پول موجب تورم می‌شود. بر همین اساس، سیاسـت‌گذاران از ابزارهای مختلف پولـی و مالی برای کنترل تورم مواد غذایی و تامین امنیت غذایی استفاده می‌کنند.

تاثیر نوسانات اقتصاد کلان بر صنعت مواد غذایی

نوسـانات اقتصاد کلان هم می‌تواند تاثیرات گسترده‌ای بر صنعت غذا داشته باشد. این تاثیرات به شکل‌های مختلفی ظهور می‌کنند که به چند مورد از آنها اشاره می‌شود.

نوسانات نرخ ارز، تورم و تغییر در الگوی مصرف

نوسـانات نرخ ارز و تورم در کشـور ما همواره عاملی تاثیرگذار در هزینه تمام‌شده تولید بوده است و صنعت غذایی هم از این قاعده مستثنی نیست. از آنجا که مواد اولیه و حتی تجهیزات بسـیاری از کارخانه‌های تولیدی وارداتی اسـت، بـالا رفتن قیمت ارز می‌توانـد آنهـا را در زمینه تامین این مواد دچار مشکل کند و اگر قیمت‌گذاری دسـتوری در آن حوزه وجود داشته باشد، از حاشیه سود آنها کم کند. افزایش هزینه واردات بـه دلیل کاهـش ارزش پول ملی می‌تواند به افزایش قیمت محصولات غذایی بینجامد. نوسانات اقتصادی معمولاً با تورم و کاهش ارزش پول ملی همراه اسـت که بـه نوبه خود باعث کاهـش قدرت خرید مردم می‌شود. در نتیجه، مصرف‌کنندگان بـرای مدیریت هزینه‌هـای خود ممکن است به سـمت خرید محصولات ارزان‌تر و با کیفیت پایین‌تـر روی آورند. در دوران نوسانات اقتصادی، مردم تمایل بیشتری به خرید محصولات اساسـی مانند نان، برنج و سـایر مواد غذایی پایـه دارند و از خرید محصـولات لوکس و غیرضـروری مانند غذاهای فرآوری‌شده و محصولات ارگانیک که قیمت بالاتری دارند، خودداری می‌کنند. مصرف‌کنندگان ممکن است به دنبال خرید محصولات غذایـی در حجم‌های بزرگ‌تر و با قیمت‌های کمتر باشـند تا بتوانند از تخفیف‌های حجمی بهره‌مند شـوند. این امر می‌تواند بازار محصولات بسته‌بندی‌شده کوچک‌تر و با قیمـت بالاتر را تحت تاثیر قرار دهد. از سوی دیگر افزایش هزینه‌های واردات ممکن است مصرف‌کنندگان را به خرید محصولات محلی و تولید داخل سوق دهد. این تغییر در الگوی مصرف می‌تواند به نفـع تولیدکنندگان داخلی باشـد، اما ممکن است بر تنوع محصولات موجود در بازار تاثیر بگذارد. برندهای معروف و معتبر معمولاً قیمت بالاتری دارند. در شـرایط ناپایدار اقتصادی، مصرف‌کنندگان ممکن است از خرید این برندها خودداری کرده و به سمت برندهای ناشناخته‌تر و ارزان‌تر روی آورند. در دوران نوسانات اقتصادی، مردم ممکن است ترجیح دهند غذاهای خود را در خانه تهیه کنند تا هزینه‌های مربوط به خرید غذاهای آماده و رستورانی را کاهش دهند. این تغییر می‌تواند بر صنعت رستوران‌داری و غذاهای آماده تاثیر منفی بگذارد. در شرایط اقتصادی ناپایدار، مردم ممکن است به دنبال مواد غذایی جایگزین و ارزان‌تر باشند. به عنوان مثال، مصرف حبوبات به جای گوشت ممکن است افزایش یابد، زیرا حبوبات ارزان‌تر هستند و پروتئین مورد نیاز بدن را تامین می‌کنند. نوسانات اقتصادی می‌تواند به تغییرات در الگوی تغذیه‌ای مردم منتهی شـود. ممکن است مصرف محصولات غذایی کم‌کیفیت و با ارزش غذایی پایین‌تر افزایش یابد که این امر می‌تواند تاثیرات منفی بر سـلامت عمومی جامعه داشته باشد.

کاهش سرمایه‌گذاری

در شرایط ناپایدار اقتصادی، سرمایه‌گذاران ممکن است از سرمایه‌گذاری در بخش‌هـای مختلف از جمله صنعـت غذا خـودداری کنند. کاهش سـرمایه‌گذاری می‌تواند باعث کاهش نوآوری و بهـره‌وری در این صنعت شود. این امر ممکن است سبب خودداری آنها از سرمایه‌گذاری در صنایع مختلف از جمله صنعت غذا شود. عدم تمایل به ریسک می‌تواند به معنای کاهش یا توقف سرمایه‌گذاری در پروژه‌های جدید و توسعه کسب‌وکارهای موجود باشـد. کاهش سـرمایه‌گذاری به معنی کاهش منابـع مالی در دسترس شرکت‌ها برای توسعه محصولات جدید، بهبود فرآیندهای تولید و نوآوری‌های تکنولوژیک اسـت. بدون سرمایه‌گذاری مناسب، شرکت‌ها نمی‌توانند به تحقیق و توسعه (R&D) بپردازند و در نتیجه، از رقابت عقب می‌مانند. سـرمایه‌گذاری در تکنولوژی‌های جدید و تجهیزات پیشـرفته می‌تواند بهره‌وری را افزایش و هزینه‌های تولید را کاهش دهد. در شـرایط کاهش سـرمایه‌گذاری، شرکت‌ها ممکن است نتوانند تجهیزات قدیمی و ناکارآمد خود را به‌روز کنند، که این امر به کاهش بهره‌وری و افزایش هزینه‌ها منجر می‌شود. کاهش سرمایه‌گذاری می‌تواند باعث مشکلات نقدینگی و عدم توانایی در تامین مالی نیازهای عملیاتی روزانه شود. این موضوع می‌تواند فعالیت‌های روزانه شرکت‌ها را مختل کند. کاهش سرمایه‌گذاری می‌تواند موجب کاهش اشـتغال در صنعت غذا شـود. عدم توسعه کسب‌وکارها و پروژه‌های جدید به معنای کاهش فرصت‌های شغلی جدید و حتی کاهش نیروی کار موجود اسـت. سـرمایه‌گذاری برای ورود به بازارهای جدید و گسـترش فعالیت‌ها به مناطق جدید ضروری است. کاهش سرمایه‌گذاری می‌تواند مانع از گسترش جغرافیایی شرکت‌ها و دسترسی به بازارهای جدید شود. در شرایط کاهش سرمایه‌گذاری، شرکت‌ها ممکن است نتوانند به اندازه کافی بهبود و توسعه یابند و در نتیجه، سهم بازار خود را به رقبا واگذار کنند. نوسانات اقتصادی همچنین می‌تواند تاثیر مستقیمی بر صادرات و واردات محصولات غذایی داشته باشد. کاهش تقاضای جهانی یا مشکلات در تامین مالی تجارت بین‌المللی می‌تواند بر این صنعت تاثیر منفی بگذارد.

آرمان خالقی
عضو هیات‌مدیره خانه صمت

درگیر استانداردهای دوگانه

سیاست‌گذاری چگونه به کمک صنعت غذا می‌آید؟

در ایران خوشبختانه مالکیت درصد بالایی از واحدهای تولیدی صنایع غذایی در اختیار بخش خصوصی قرار دارد و آن شرکت‌هایی که دولتی بودند، یا به بخش خصوصی واگذار شدند یا متاسفانه شاید تعطیل شده باشند.

بخش دیگری از آن هم در اختیار بخش شبه‌دولتی یا خصولتی‌هایی است که شمار آنها در مقایسه با تعداد واحدهای تولید صنایع غذایی بخش خصوصی، زیاد نیست. این امر باعث شده در صنعت غذا در ایران، شاهد رقابت بین شرکت‌های بخش خصوصی باشیم. این رقابت توانسته به یک موتور محرک برای ارتقای کیفیت و بهره‌وری و کاهش قیمت تمام‌شده تبدیل شود. همچنین یکی از دلایلی شده است که نگاه تولیدکنندگان صنعت غذایی کشور به فرامرزها باشد و به دنبال بازارهای صادراتی باشند.

آنچه اهمیت دارد و برای تولیدکنندگان صنایع غذایی کشور آزاردهنده بوده، مداخلاتی است که از سوی بخش‌های دولتی به‌طور ویژه و تصمیمات خلق‌الساعه و بدون توجه به تبعات و آثار این تصمیمات اتخاذ می‌شود. تصمیماتی که نظرات بخش خصوصی و فعالان این بخش و تشکل‌های خصوصی مربوطه مورد توجه قرار نمی‌گیرد. پس از آنکه تصمیمی ابلاغ می‌شود، جلساتی برای اعتراضات تشکل‌های تخصصی صنعت غذا اعلام می‌کنند. این جلسات گاهی برای رفع ایرادات وارد بر این آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌ها برگزار می‌شود.

این موضوع تاکنون بسیار آسیب‌زا بوده است؛ تصمیماتی که برای مثال در حوزه سیاست‌های ارزی و تخصیص منابع ارزی مورد نیاز بخش صنایع غذایی کشور گرفته می‌شود یا اولویت‌گذاری‌هایی که انجام می‌دهند. این تصمیمات گاه به‌گونه‌ای است که منافع کلی اقتصاد در آن دیده نمی‌شود و گاه بخشی است. این تصمیمات بخشی باعث می‌شود که آسیب‌هایی به سایر بخش‌ها وارد شود. باید تجدیدنظری در این حوزه صورت گیرد و پیش از آنکه هر تصمیمی را بخواهند ابلاغ کنند، در مرحله تصمیم‌گیری از ذی‌نفعان دعوت شود، نظرات آنها را جویا شوند، در نهایت با رسیدن به یک اجماع یک تصمیم را اتخاذ و ابلاغ کنند تا بتوانند از پشتیبانی اجرایی فعالان این بخش بهره‌مند شوند.

در حوزه صنعت غذا، بخش‌های مختلفی ذی‌نفع و ذی‌دخل هستند، مثل بخش‌هایی که در بخش تامین مواد اولیه مثل جهاد کشاورزی هستند. منشأ و ریشه شروع صنعت غذا غالباً در بخش جهاد کشاورزی قرار دارد. در حوزه خود کشاورزی، مزارع، باغات و محصولات باغی و زراعی وجود دارد، صنایعی که وابسته به دام، طیور و شیلات هستند، تمامی صنایع تبدیلی وابسته و پایین‌دستی این بخش، همین‌طور صنایعی که خدمات‌رسان هستند، مثل تولیدکنندگان ماشین‌آلات کشاورزی، تولیدکنندگان کود، سم و همین‌طور ارائه‌کنندگان خدمات فنی و مهندسی که در این حوزه وجود دارند. در صنایع تبدیلی هم در پایین‌دست آن موضوعاتی مانند صنایع بسته‌بندی، صنعت حمل‌ونقل تخصصی صنعت غذا و تمام این زنجیره ارزش صنعت غذا را باید در نظر بگیریم.

چند وزارتخانه عمده در این حوزه مداخله دارند؛ در تولید جهاد کشاورزی و صنعت، معدن و تجارت، در حوزه نظارت نیز وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سازمان غذا و دارو. از سوی دیگر سازمان ملی استاندارد، سازمان دامپزشکی و سازمان شیلات را داریم که این موارد همگی در حوزه‌های مختلف صنایع غذایی مداخله دارند.

برخی مواقع ممکن است با استانداردهای دوگانه مواجه شویم که با هم تداخل دارند یا هم‌پوشانی لازم را ندارند. قاعدتاً باید نسبت به این بخش به یک سیاست واحد نظارتی و کیفی دست پیدا کنیم که تولیدکنندگان از سردرگمی نجات پیدا کنند. این موضوع مهمی است که موجب بروز خسارت و آسیب به صنعت غذا شده است. از همه مهم‌تر این است که ما باید در صنعت غذا، دارای یک سیاست جامع و فرانگر باشیم که بر مبنای داشته‌های ما در سرزمین خود باشد و با کشت فراسرزمینی با پرورش دام و طیور فراسرزمینی و سرمایه‌گذاری در کشورهای مستعد بتوانیم پشتیبان صنعت غذایی کشور باشیم. ما می‌توانیم با توجه به ظرفیت‌هایی که داریم این منابع را فراهم و تبدیل به محصولات غذایی باکیفیت کنیم و با برندی ایرانی صادر کنیم. این ظرفیت وجود دارد، اما نیازمند این هستیم که تمام زنجیره ارزش غذا را به عنوان یکی از بخش‌های دارای مزیت در کشور حساب کنیم.

در مجموع ما باید دارای یک سیاست همگون باشیم که آینده‌نگرانه بتواند برنامه آتی کشور را در صنعت غذا ترسیم کند. این برنامه می‌تواند نقشه راهی باشد برای تمام بخش‌هایی که به این حوزه مربوط می‌شود. از یک‌سو، تمام وزارتخانه‌های ذی‌دخل دولت و از سوی دیگر، تشکل‌های تخصصی درگیر با صنعت غذا و در نهایت فعالان در همین زنجیره ارزش در صنعت غذا تکلیف خود را خواهند فهمید که در بازه زمانی بلندمدت مثلاً ۲۰ساله سمت‌وسوی کشور به چه سمتی خواهد بود، منابع به چه سمتی هدایت شود، چه بخش‌هایی را باید تقویت کنند و از چه بخش‌هایی باید چشم‌پوشی کنند که بتوانند منافع ملی را ایجاد کنند و تولیدکنندگان برای فتح بازارهای جدید و حفظ بازارهای داخلی با اولویت حفظ منافع مصرف‌کنندگان داخلی، همسو و تقویت‌کننده هم باشند.

این چهارچوب و راهبرد توسعه صنعت غذا باید به نحوی به‌زودی به سرانجام برسد که بتواند در قالب راهبرد توسعه اقتصاد کشور قرار گیرد و در نهایت در قالب یک قانون و یک موضوع لازم‌الاجرا در کشور ابلاغ شود و تمام گروه‌هایی که توضیح داده شد، (دولت، مجلس، قوه قضائیه و...) همه مکلف به اجرای تعهداتی باشند که ابلاغ می‌شود و بتوانند در مسیر توسعه‌ای که پیش‌بینی کردیم به درستی و به‌موقع اقدام کنند.

موضوع مهم دیگر این است که در صنعت غذا باید برای حضور در بازارهای بین‌المللی تا زمانی که به این راهبرد دست پیدا کنیم، بتوانیم گروه‌های تخصصی و کنسرسیوم‌های صادراتی تشکیل دهیم که این کنسرسیوم‌ها در امتداد هم بتوانند یک برنامه‌ریزی درست برای حضور در بازارهای هدف داشته باشند. باید به جد از حضور کالاهای بی‌کیفیت و فاقد مزیت‌های رقابتی در بازارهای دیگر پیشگیری کنیم که موجب تخریب وجهه فعالان شناخته‌شده و صاحب برند ایرانی در بازارهای ثالث در سایر کشورها نشود. این موارد را باید در قالب گروه‌هایی تشکیل دهیم تا ادبیات حضور در بازارهای بین‌المللی را یاد بگیرند و بر همین مبنا هم بتوانند کنترل کیفیت مناسب داشته باشند. از نظر برندینگ، بازاریابی و ارائه خدمت به خریداران خارجی بتوانند به نحو شایسته حضور داشته باشند. این یکی از موضوعاتی است که در کشور ما از آن صحبت شده است، اما باید از نظر عملیاتی آن را به نتیجه برسانیم.

ما در صنعت غذا باید موضوع استفاده از آخرین فناوری‌های مربوط به حوزه تولید محصولات غذایی را هم در نظر داشته باشیم؛ از بخش کشاورزی و نوع مصرف آب گرفته تا محصولات دانه و کشاورزی، خدمات و پشتیبانی مورد نیاز این صنعت و... .

استفاده از هوشمندسازی، هوش مصنوعی، بهره‌وری از نرم‌افزارهای مربوط به یکپارچه‌سازی، جزو زنجیره ارزش است که ما تاکنون خیلی نتوانسته‌ایم به آن توجه کنیم یا از این ظرفیت به خوبی بهره‌برداری کنیم.

آنچه صنعت غذا بسیار به آن نیاز دارد، تحقیق و توسعه و فناوری مربوط به این حوزه است تا بتوانیم ترتیبی دهیم که ضایعات تولید محصولات کشاورزی را به حداقل برسانیم. متاسفانه از نظر بین‌المللی ضایعات ما در این زمینه بسیار بالاست. باید با تکیه بر برنامه‌های جدیدی که طراحی خواهیم کرد، از ظرفیت فناوری‌های نو استفاده کنیم تا بتوانیم این بخش را هم اصلاح کنیم که به ارتقای کیفیت و کاهش قیمت تمام‌شده و رقابت‌پذیری در این صنعت کمک کند.

مهدی کریمی‌تفرشی
ریاست هیات مدیره مجتمع صنایع غذایی و کشاورزی گلها

گره در گره

آیا اقتصاد ایران از سردرگمی نجات پیدا می‌کند؟

رشد اقتصادی کشور در سه ماه اول ۱۴۰۲ معادل ۶/۲ درصد و رشد اقتصادی بدون نفت طی این دوره معادل ۵/۲ درصد بوده است. دولت همواره در تنظیم سندهای خود رشد اقتصادی هشت‌درصدی را به عنوان یکی از اهداف خود در نظر گرفته است. طبق داده‌های آماری مرکز پژوهش‌های مجلس، اگر رشد محدود «تشکیل سرمایه ثابت» ادامه یابد، امکان تداوم رشد اقتصادی بالا وجود ندارد. بنابراین به نظر می‌رسد پرونده اقتصادی سال ۱۴۰۲ با رشدی کمتر از آنچه در بهار و تابستان تجربه شده بسته می‌شود. همچنین، برآورد این مرکز نشان می‌دهد که رشد اقتصادی در سال ۱۴۰۳ به سطحی برابر با ۳/۱ درصد می‌رسد. آخرین باری که رشد اقتصادی سالانه به نزدیک این سطح رسیده بود مربوط به سال ۱۳۹۹ است که در این سال، رشد اقتصادی معادل ۳/۳ درصد ثبت شده است.

در سال ۱۴۰۲ شاخص‌های اقتصادی به شدت تحت تاثیر تکانه‌های اقتصادی حاصل از جنگ اسرائیل و حماس قرار گرفت. جالب اینجاست که برخلاف روند جهانی در شاخص‌های اقتصادی ایران اثرات این جنگ خود را بیشتر از تاثیرات بر سایر کشورهای خاورمیانه و دیگر کشورهای جهان نشان داد. این واقعه اثرات قابل توجهی بر بازار سرمایه، دلار و طلا داشت، اما به نظر می‌رسد اثرات حاصل از این جنگ پایدار نخواهد ماند. اما آنچه مسلم است این است که این رفتارهای اقتصادی سیستم‌های مدیریتی کشور است که می‌تواند وضعیتی پایدار در اقتصاد کشور رقم بزند. در کشور ما با توجه به فرازونشیب‌هایی که در تصمیم‌گیری‌ها در موضوع سیاست‌ها وجود داشته، تامین نقدینگی موردنیاز اقتصاد کشور به‌طور مشخص بیشتر از منشأ نفت بوده که به عنوان محرک در اقتصاد ما خود را نشان داده است. عمده رشد اقتصادی در دو سال گذشته به واسطه رشد بخش نفت و صنایع بزرگ بوده است.

با توجه به شرایط تحریم، تورم همزمان و رکودی که وجود دارد این سه عامل بسیار بزرگ موثر بر اقتصادمان نوعی بازدارندگی ایجاد می‌کنند. قاعدتاً باید نگاه کنیم که آیا سال آینده چشم‌اندازی هست که این شرایط بهبود پیدا کند یا در بر همین منوال و بر همین پاشنه خواهد چرخید؟ به نظر می‌رسد فعلاً تغییر چندانی متصور نیستیم.

در مورد مسئله رکود که سال‌هاست گریبان اقتصاد کشور را گرفته است تا زمانی که مردم قدرت خرید نداشته باشند رکود همچنان پابرجاست.

تا زمانی که بازارهای جدید برای حجم کالای تولیدی فعلی کشور ایجاد نکنیم و بازارهای جدید به ظرفیت تقاضایی که برای بخش تولید مورد انتظار هست، اضافه نشوند همچنان رکود خواهیم داشت.

شاید دولت محترم نیاز به یک خانه‌تکانی در سیستم مدیریتی در سال آینده داشته باشد چرا که همان‌گونه که شاهد بوده‌ایم بسیاری از مشکلات و خلل‌هایی که در تصمیم‌گیری‌ها و عملکردها وجود دارد به ضعف سیستم مدیریتی برمی‌گردد، نه فقط تحریم‌ها. و این تنها با حذف یک سازمان یا وزارتخانه یا اضافه شدن یک سازمان یا وزارتخانه جدید میسر نمی‌شود. اکنون دلار به سمت مرزهای جدیدی می‌رود و اگر افزایش نرخ دلار به کانال ۶۰ هزار تومان ماندگار شود، همه وضعیت اقتصادی کشور تحت تاثیر قرار خواهد گرفت.

بزرگ‌ترین آفتی که اقتصاد ایران گرفتار آن است تورم افسارگسیخته در اقتصاد کشور است. آنچه مسلم است بانک مرکزی باید بر سیاست کنترل تورم متمرکز شود. در غیر این صورت سال آینده این کاهش ارزش ریال، در کنار تورم مشکل بسیار بزرگ «سرمایه در گردش» را برای بنگاه‌ها ایجاد خواهد کرد. سیاست‌های انقباضی بانک مرکزی سبب شده بخش‌های تولیدی در بحث سرمایه در گردش یا سرمایه ثابت دچار مشکل شوند، بانک مرکزی باید در کنار تلاش برای کاهش نقدینگی، برای کنترل تورم سیاست‌هایی اعمال کند تا واحدهای تولیدی کوچک و متوسط و همچنین واحدهای نیمه‌تمام آسیب کمتری متحمل شوند و این‌گونه در شرایط حساس اقتصادی به رونق تولید کمک کند.

بودجه سال ۱۴۰۳ بر اساس درآمدهای مالیاتی بسته شده که به طور کلی رویکردی مثبت است، البته در صورتی که بتواند به نحو درستی، با دقت و شفافیت انجام شود تا بخشی از گره‌های اقتصادی را باز کند و اینکه دولت محترم در این بخش بتواند توجه ویژه‌ای به بخش تولید داشته باشد و معافیت‌های مالیاتی درست برای این بخش در نظر گرفته شود تا کمترین آسیب به بخش تولید وارد شود. وقتی مالیات بر ارزش افزوده به بودجه اضافه شد باید در کنار آن مالیات بر سود شرکت‌های تولیدی کاهش یابد، یعنی به‌گونه‌ای باشد، که یک توازن در درآمدهای مالیاتی برقرار باشد تا بخش تولید رونق بگیرد. چرا که تولید در برهه کنونی موتور محرکه اصلی اقتصاد کشور است که همچنان به حمایت نیاز دارد.

کارشناسان چه می‌گویند؟

کارشناسان و تحلیلگران اقتصادی، تورم در سال ۱۴۰۳ برای اقتصاد ایران را رقمی بین ۳۵ تا ۴۵ درصد پیش‌بینی کرده‌اند؛ پیش‌بینی نهادهای رسمی عموماً تورم را در حدود ۳۵ درصد برآورد کرده‌اند، در حالی که بسیاری از کارشناسان و تحلیلگران اقتصادی با توجه به ریسک‌های سیاسی، شرایط منطقه‌ای و همچنین انتخابات آمریکا در سال پیش‌رو، این رقم را بالاتر برآورد می‌کنند.

واقعیت این است که سال پیش‌رو نیز سالی است همراه با تورم که می‌تواند اثری معکوس بر قدرت خرید مصرف‌کنندگان و به خصوص حقوق‌بگیران که نتوانستند در تمام سال‌های گذشته قدرت خرید خود را در مقابل تورم حفظ کنند، داشته باشد.

هر چند در چند سال گذشته و طی فرآیند سازگار شدن اقتصاد ایران با تحریم‌های پسابرجام، اقتصاد ایران توانسته است با رشد مثبت همراه باشد، اما این رشد مثبت چندان نتوانسته است به عنوان یک واقعیت اقتصادی ملموس در جامعه نمود عینی پیدا کند و از سوی مردم درک شود. رشدهای اقتصادی شکل‌گرفته در سال‌های گذشته رشدهایی بودند ناشی از افزایش فروش نفت یا به بیان دقیق‌تر سهم نفت از رشد اقتصادی از بقیه بخش‌های اقتصاد ایران همچون صنعت، کشاورزی و حتی خدمات بیشتر بوده است. رشد اقتصادی مبتنی بر رشد درآمدهای نفتی با توجه به ظرفیت محدود تولید نفت و صادرات آن بیانگر کاهش رشد اقتصادی ایران در سال پیش‌رو خواهد بود.

اولویت‌های اصلی در اقتصاد

در حال حاضر کنترل تورم به عنوان اولویت اصلی در سیاست‌های اقتصادی دولت مطرح است. به این منظور یکی از مهم‌ترین راهکارهای کوتاه‌مدت در پیش گرفته‌شده از سوی دولت افزایش نرخ بهره بوده است که کاهش توان وام‌گیری کسب‌وکارها و ادامه رکود در بخش تولید که به شدت نیازمند منابع بانکی است از پیامدهای آن است.

بیشترین رشد درآمدها، در بخش مالیات‌هاست که می‌تواند به عنوان یک سیاست انقباضی تعریف شود که البته این سیاست نیز در چهارچوب مدیریت کسری بودجه و در نهایت کنترل تورم تعریف شده است؛ اما برای کسب‌وکارها به طور مشخص می‌تواند حکایت از رکود بیشتر داشته باشد. در کنار همه متغیرهای اقتصادی تاثیرگذار بر فضای اقتصادی سال ۱۴۰۳، موضوع انتخابات آمریکا نیز می‌تواند مولفه‌ای تاثیرگذار به خصوص بر نرخ ارز باشد و قاعدتاً این پیامد می‌تواند اثر خود را ابتدا بر تورم در بخش تولیدکنندگان یعنی تورم تولیدکننده و مصرف‌کنندگان یعنی تورم مصرف‌کننده و نیز وارد شدن یک شوک قیمتی دیگر به بازار دارایی‌ها اعم از ملک، طلا و... بروز دهد.

علیرضا مروت‌پور
دبیر انجمن صنفی کارفرمایان کارخانه‌های نان‌های حجیم و نیمه‌حجیم

زیان مضاعف

قیمت‌گذاری چه بر سر صنایع غذایی آورده است؟

به دلایل مختلف از جمله بحث تحریم‌ها و مسائل سیاسی حاکم بر کشورمان تمام صنایع دچار چالش‌ها و مشکلاتی شده‌اند که در بخش صنایع غذایی، به دلیل حساسیت بیشتری که برای آن قائل هستیم، این مشکلات پررنگ‌تر می‌شود. در این میان دولت نیز از بودجه و سیاست‌های داخلی و خارجی خود تبعیت می‌کند. از طرفی صدور بخشنامه‌ها و مصوبه‌های نامناسب و همچنین به‌کارگیری افرادی که در این صنعت تخصص لازم را ندارند، مشکل را چند برابر می‌کند. اما یکی از بحث‌هایی که مدت زیادی است صنایع مختلف از جمله صنایع غذایی را درگیر خود کرده موضوع قیمت‌گذاری دستوری از جانب دولت است. اگر همه چیز در کشورمان سر جای خود قرار داشته باشد، به هیچ عنوان نیازی به قیمت‌گذاری نیست. اگر بتوانیم مواد اولیه و خدمات را با قیمتی مناسب و ثابت به دست آوریم، حتی در صورتی که دولت تعیین‌کننده این قیمت نهایی باشد، تکلیف مشخص است. زمانی که بدانیم باید این قیمت مشخص‌شده مواد اولیه و خدمات و انرژی را چنان مدیریت کنیم که در بازار صاحب شریک‌های مختلف شویم، قطعاً آن زمان افرادی که در صنایع غذایی مشغول به کار هستند این هنر را دارند که بدون کاهش کیفیت محصولات و با مدیریت صحیح، در بازار رقابت باقی بمانند.

تبعات قیمت‌گذاری

بهترین قیمت و کیفیت در بازار رقابتی به‌دست می‌آید. اکنون مانند ۴۰ سال قبل نیست که مصرف‌کننده فقط به قیمت توجه کند. امروزه به مسائلی همچون کیفیت، مواد اولیه، ارزش غذایی و سلامت محصول نیز اهمیت داده می‌شود. اما زمانی که تمام کیفیت‌ها بالا رفت، آن کسی بهتر می‌فروشد که محصولات خود را با قیمت مناسب‌تری نیز عرضه کند. البته منظور ارزان‌فروشی نیست. ممکن است تولیدکننده بتواند به منظور جذب مشتری، با مدیریت زمان، کنترل هزینه‌های سربار و با دریافت سود کمتر در مقابل تولید بیشتر فروش بالاتری داشته باشد.

اما متاسفانه اکنون اوضاع به صورتی است که تولیدکننده واقعی می‌داند اگر امروز جنس خود را بفروشد نمی‌تواند فردا آن را خریداری کند. برای مثال در طول سه، چهار سال گذشته قیمت مواد اولیه بسته‌بندی، حتی کارتون و سلفون، به قدری متغیر بوده و افزایش پیدا کرده است که نمی‌توان از ابتدا تا انتهای سال قیمت ثابتی را برای بسته‌بندی در نظر گرفت و روی محصول قیمت گذاشت.

به عنوان مثال، دولت به برخی واحدهای صنعتی و نیمه‌صنعتی با قیمتی مشخص و به میزانی محدود آرد اختصاص می‌دهد، اگر این سهمیه را روزانه یک تن در نظر گرفته باشد، به هیچ عنوان میزان بیشتری را اختصاص نمی‌دهد و در نتیجه این واحد صنعتی به هیچ وجه نمی‌تواند کار خود را توسعه دهد.

ماده اولیه تولید نان، آرد است. در شرایطی که شما بهترین نان را با بهترین کیفیت و با قیمتی مناسب تولید کنید و همه بازار به دنبال آن باشند که به دلیل این کیفیت بالا محصول شما را خریداری کنند، اما به دلیل محدودیتی که برای دریافت میزان ماده اولیه یعنی همان آرد دارید نتوانید تولید محصول خود را افزایش دهید، انگیزه خود را به عنوان تولیدکننده از دست می‌دهید. اکنون شرایط به‌گونه‌ای است که دولت می‌خواهد با اختصاص ماده اولیه به صنایع بر روی تمام فعالیت آن صنعت نظارت کند.

به عنوان مثال، برای تولید یک قرص نان شاید ۵۰ عامل وجود داشته باشد که تحت تاثیر افزایش قیمت قرار گرفته است، اما دولت اعلام می‌کند که قیمت نان افزایش نداشته است. به دلیل آنکه قیمت آردی که دولت در اختیار یک واحد صنعتی قرار داده افزایش نداشته، قیمت نان ثابت مانده است. پس در این میان تکلیف دستمزدها چه می‌شود؟ تازه زمانی که بحث دستمزد بیان می‌شود تنها شامل حقوق نیست، بلکه عیدی، پاداش، سنوات، شب‌کاری، روزکاری، سختی کار، تعطیلی کار و... را نیز شامل می‌شود. ضمن اینکه با پایان هر سال و شروع سال جدید، طبق دستور دولت درصدی به نرخ انرژی و... اضافه می‌شود. حتی هزینه حمل‌ونقل، هزینه جاده‌ای، بیمه و... نیز افزایش پیدا می‌کند.

بنابراین اگر این قیمت‌گذاری پایه درستی داشته باشد و از ابتدای سال بدانیم چه چیزی باید بخریم و چه محصولی را باید تولید کنیم، چقدر باید بیمه و مالیات پرداخت کنیم، چقدر هزینه حمل‌ونقل می‌شود و چقدر باید دستمزد به کارگر بپردازیم، قطعاً آن زمان سعی می‌کنیم در بازار رقابت، محصولی با بهترین کیفیت و بهترین قیمت عرضه کنیم

در سال‌های گذشته هزینه حمل‌ونقل، هزینه انرژی، دستمزد کارگر و... آنقدر بی‌رویه از سوی دولت افزایش پیدا کرده که تولیدکننده برای آنکه سود ببرد، قیمت نهایی را بالا می‌برد و در نتیجه، تولید داخل از محصول خارجی گران‌تر تمام می‌شود. برای مثال اکنون قیمت گلابی تولید داخل چند برابر قیمت موز وارداتی است. این قیمت‌گذاری دولت بر روی تمام صنایع کشور ما اثر گذاشته است.

تبعیض در قیمت آرد

از گذشته، بزرگ‌ترین مشکل در صنعت نان، تبعیض قیمتی است که میان انواع نان قائل شده‌اند. برای مثال دولت آرد را به نانوایی‌های سنتی کیلویی ۹۰۰ تومان می‌دهد، در حالی که همان آرد را با نان‌های فانتزی کیلویی ۱۷ هزار تومان حساب می‌کند. این واقعاً غیرقابل باور است. یعنی افرادی که نان تافتون، سنگک، بربری و لواش را در چرخه غذایی خود جای داده‌اند، می‌توانند از آردی بسیار ارزان‌قیمت استفاده کنند. این در حالی است که یکسری افراد ممکن است به دلیل بیماری، ارزش غذایی یا رژیم‌های غذایی بخواهند نان‌های حجیم و نیمه‌حجیم مصرف کنند. خب در این حالت، آردی که در واحدهای تولیدی این نان‌های حجیم و نیمه‌حجیم استفاده می‌شود، چیزی حدود ۱۷ برابر قیمت آرد مصرفی در نان‌های سنتی است. یعنی آردی را برای تولید نان به عنوان مواد اولیه به دو گروه اختصاص می‌دهند، در حالی که قیمت این آرد برای یک گروه A تومان و برای گروه دیگر A ضربدر ۱۷ تومان است. بنابراین این بزرگ‌ترین عامل نارضایتی است که در تولید نان صنعتی به وجود می‌آید.

این تبعیض قیمتی شرایط تخلف، رانت و فساد را هم برای فردی که به دنبال تولید درست نباشد فراهم می‌کند. چون همان‌گونه که می‌دانیم اکثر نانوایی‌های سنتی افرادی مظلوم هستند و تقریباً هیچ یک از آنها از تمکن بالایی برخوردار نیستند. بنابراین این تفاوت قیمت آرد می‌تواند افراد زحمتکش و بااستعدادی را که در این شغل شریف مشغول به کار هستند به سمت تخلف و فروش چندبرابری آرد بکشاند.

عامل اصلی که این روزها مسابقه‌ای را میان تولیدکننده‌های صنعتی، نیمه‌صنعتی و سنتی نان به راه انداخته، همین قیمت

آرد است. البته این مسابقه کاملاً نابرابر است، چراکه گویی در یک مسابقه دوومیدانی، شخصی در ۲۰متری خط پایان ایستاده باشد و شخصی دیگر در ابتدای خط و با فاصله بسیار بیشتر از نفر اول. این موضوعی بسیار آزاردهنده است و به هیچ عنوان اجازه از بین رفتن فساد و رانت را نمی‌دهد.

عدم تعهد به قراردادها

جدا از بحث قیمت‌گذاری، یکی دیگر از مشکلات در صنایع غذایی عدم تعهد دولت‌های قبلی به قراردادها و سیاست‌هاست. البته این مشکل تنها در دولت فعلی نبوده، بلکه از زمان قبل از انقلاب هم وجود داشته است. برای مثال اوایل انقلاب بیش از ۷۰ درصد قیمت یک قرص نان تولیدشده در واحدهای سنتی به حقوق و دستمزد تولید نان مرتبط بود؛ این قشر زحمتکش از کار سخت خود به‌علت دادن سوبسید از سوی دولت و کنترل شدید و عدم توجه به قیمت تمام‌شده و فروش محصول حظ مالی نمی‌بردند؛ پس امکان فراهم آوردن شرایط مناسب برای ارتقای سطح کیفی محیط کار و تجهیز ماشین‌آلات را نداشتند و این مشکل روزبه‌روز با افزایش قیمت مواد اولیه، هزینه‌های جاری حمل‌ونقل و دستمزدها بیشتر می‌شد.

در دولت‌های قبل نیز در مورد نان‌های حجیم و نیمه‌حجیم، تولیدکنندگان خرد و کلان در مواجهه با دولت بودند و از دهه ۷۰ تا امروز در مورد تولید این‌گونه نان‌ها -که به نان‌های پنج‌تنی معروف هستند- دولت‌ها هیچ‌گاه به مصوبه‌های خود پایبند نبوده و به آن عمل نکرده‌اند.

در زمان تصویب این مصوبه‌ها قرار شد آرد واحدهای سنتی و صنعتی به مرور با یک قیمت عرضه شود و بیمه و مالیات و تمام عوارض واحدها، مطابق واحدهای سنتی محاسبه شود. اما متاسفانه هیچ یک از این مصوبه‌ها را رعایت نکردند و سرمایه‌گذار در ابتدا یا میانه راه، از کار خود منصرف شد و دولت وقت و دولت‌های بعدی هیچ کدام، طرحی را که خودشان تصویب کرده بودند عملی نکردند.

یکسان‌سازی قیمت آرد

تا زمانی که قیمت آرد یکسان نشود و نان به قیمت واقعی خود نرسد، این مشکلات هیچ‌گاه حل نخواهد شد. البته حتماً باید برای تامین نان به وسیله قشر آسیب‌پذیر جامعه فکری شود. برای مثال نباید کسی که با سختی در زابل و زاهدان زندگی می‌کند آرد یارانه‌ای بگیرد و از طرفی فردی که در بهترین منطقه تهران هم زندگی می‌کند آرد را با همان قیمت خریداری کند. البته اکنون اوضاع به همین صورت است. وقتی اتحادیه قیمت نان سنتی را اعلام می‌کند همه افراد نان را با همان قیمت خریداری می‌کنند و این یکی از مشکلات بزرگی است که بر سر راه صنعت نان قرار گرفته است.

تامین مواد اولیه

از طرفی در مورد مواد اولیه، بحث نان‌های سنتی و صنعتی از یکدیگر جداست. در نان‌های سنتی (بربری، سنگک، لواش و تافتون) بخش اعظم مواد اولیه آب، آرد، نمک، خمیرمایه و نهایتاً کنجد است. بنابراین مشکلی در تامین مواد اولیه این نان‌ها نداریم. اما نان‌های حجیم و نیمه‌حجیمی که در کارخانه‌ها تولید می‌شود نیازمند مواد اولیه متفاوت‌تری هستند. بخش اعظم شکر استفاده‌شده در این نان‌ها وارداتی است. همچنین گاهی با کمبود آرد مواجه می‌شویم و بخشی از آرد مورد استفاده در نان‌های صنعتی نیز وارداتی است. تمام بهبوددهنده‌ها، بخش اعظم مارگارین و همچنین بسیاری از ماشین‌آلات در کارخانه‌ها وارداتی هستند

در این میان اگر قرار باشد نان حجیم را با مغزهای مختلف و مشخصات خاص تولید کنیم که بسیاری از آنها برای بیماری‌ها مفید هستند، مثل نان‌های چندغله، نان‌های پروتئین، نان‌های مغذی‌شده و دارای مغزهای مختلف و...، تنها موضوع آرد نیست. خود غلات استفاده‌شده در این نان‌ها هزینه‌های زیادی دارند. برای مثال برخی از نان‌های حجیم با گردو درست می‌شوند. اکنون گردو هزینه بسیار بالایی دارد. درباره نان‌های صنعتی کارخانه‌ای بحث بسته‌بندی نیز وجود دارد که هزینه بسیار سنگینی را به تولیدکننده تحمیل می‌کند.

بعد با وجود این قیمت‌ها، دولت می‌گوید به دلیل اینکه ما آرد را بدون افزایش قیمت در اختیار شما قرار می‌دهیم، نباید قیمت نان را بالا ببرید. در این صورت صنعت از بین می‌رود و تخلف و خرابکاری بیشتر می‌شود.

فروش نسیه‌ای

خریدار نان‌های سنتی برای خرید نان مورد نظر خود در صف نانوایی می‌ایستد و پول آن را نیز همان لحظه پرداخت می‌کند. در اینجا دولت به جای کمک به تولیدکننده نان‌های کارخانه‌ای، تمام توان خود را برای کمک به تولیدکننده نان سنتی گذاشته است. برای مثال

▲ دولت به برخی واحدهای صنعتی و نیمه‌صنعتی با قیمتی مشخص و به میزانی محدود آرد اختصاص می‌دهد، اگر این سهمیه را روزانه یک تن در نظر گرفته باشد، به هیچ عنوان میزان بیشتری اختصاص نمی‌دهد و در نتیجه این واحد صنعتی به هیچ وجه نمی‌تواند کار خود را توسعه دهد. در واقع دولت می‌خواهد با اختصاص ماده اولیه به صنایع بر روی تمام فعالیت آن صنعت نظارت کند.

شرکت نان‌آوران و چند شرکتی که نان‌ها را به روش صنعتی و به صورت انبوه تولید می‌کنند، مشکلات بسیار زیادی دارند. در این شرکت‌ها، یک واحد تولیدی شامل مدیرعامل، واحد فروش، واحد تحقیق و توسعه، بازاریابی و... وجود دارد، در حالی که نان‌های سنتی هیچ یک از اینها را ندارند. علاوه بر آن پس از آماده شدن محصول باید آنها را با وجود قیمت‌های بسیار بالا بسته‌بندی کنند. همچنین پس از عرضه این محصولات به فروشگاه‌ها، سوپرمارکت‌ها، فست‌فودها و... عموماً مبلغ آن را پس از چند هفته دریافت می‌کنند.

علاوه بر این در کشور ما فرهنگ استفاده از نان‌های بسته‌بندی آنقدر که باید و شاید نهادینه نشده است. البته در چند سال گذشته با شیوع بیماری «کرونا» اقبال به استفاده از نان‌های تولیدشده به روش صنعتی و نیمه‌صنعتی بیشتر شد. با این حال در زمان کنونی باز هم در بسیاری از شهرها میزان مصرف نان‌های صنعتی بسته‌بندی حتی به یک درصد هم نمی‌رسد، اما در برخی مناطق میزان مصرف این نان‌ها بسیار بالاست. به هر حال با شیوع بیماری کرونا بسیاری از مردم به مصرف نان‌های بسته‌بندی روی آوردند و می‌توان گفت این بهترین موقعیتی بود که دولت باید کاری اصولی انجام می‌داد تا وضعیت نان در کشور سروسامان بگیرد.

البته بیماری کرونا در جهان بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی را دچار چالش‌ها و زیان‌های جبران‌ناپذیری کرد و صنعت نان هم از این قضیه مستثنی نبود. به‌خصوص صنعت نان در کشور ما که بخش عظیمی از آن در اختیار نان‌های سنتی است و با توجه به اطلاع‌رسانی‌هایی که به مردم در مورد رعایت بهداشت در پیشگیری از بیماری کرونا شد، بسیاری مصرف نان‌های بسته‌بندی را جایگزین نان‌های سنتی کردند.

این تفاوتی است که می‌شد روزی با برنامه صحیح و مصوبه‌ها، شرایط را برای یکسان‌سازی قیمت واحدهای صنعتی و سنتی فراهم کنند. اما متاسفانه این اتفاق نیفتاده است. البته در این میان واحدهای سنتی نیز مشکلات خود را دارند.

بنابراین تولیدکننده واحدهای سنتی و تولیدکننده واحدهای کارگاهی و فانتزی هر کدام به نحوی احساس نارضایتی می‌کنند و این نارضایتی به دلیل تفاوت‌هایی است که غالباً دولت پایه و اساس آن را گذاشته است.

سعید ابوالقاسمی
نویسنده نشریه

رسوایی‌های غذایی

کشورها چگونه در مورد ورود غذای آلوده سختگیری می‌کنند؟

ورود بیش از ۹۱ هزار تن روغن مایع آلوده به سموم کشاورزی و آفت‌کش‌ها به یک کشور، آنقدر ترسناک است که می‌تواند موجب سقوط یک دولت شود؛ با این حال، خبری به این مهمی که زندگی میلیون‌ها ایرانی را به خطر می‌اندازد، خیلی زود تحت تاثیر خبرهای دیگر قرار گرفت و به محاق تعلیق رفت.

بنا به اطلاعاتی که یاشار سلطانی افشا کرده، شرکت مادر تخصصی بازرگانی ایران در ماه مرداد ۱۴۰۰ بیش از ۹۱ هزار تن روغن مایع آلوده به سموم کشاورزی و آفت‌کش‌ها را از دو کشور آرژانتین و ترکیه وارد کشور کرده که تا اردیبهشت ۱۴۰۲ در گمرک شهید رجایی نگهداری می‌شد و طی چهار مرحله نمونه‌برداری و آزمایش در آزمایشگاه‌های مختلف، «غیرقابل ترخیص» و البته «غیرقابل مصرف انسانی» شناخته شد. با همه این آزمایش‌ها اما، یک کمیته فنی در اردیبهشت ۱۴۰۲ دستور داد نزدیک به ۴۷ هزار تن از این روغن‌های آلوده ترخیص و وارد بازار شود؛ نکته قابل تامل‌تر اینکه تاریخ انقضای روغن‌ها به پایان رسیده بود اما بر اساس یک صورت‌جلسه تنظیم‌شده، تاریخ انقضای محموله شش ماه تمدید شد و اقدامات لازم برای ترخیص آن صورت گرفت. به این ترتیب روغن آلوده وارد کشور شده و احتمالاً در خط توزیع هم قرار گرفته است. هر چند چنین اتفاقی را کشورهای دیگر نیز تجربه کرده‌اند، اما مردم متحد شرقی ما، چین، که در دهه‌های اخیر با چالش‌ها و مشکلات متعددی در حوزه امنیت عرضه مواد غذایی در کشور خود روبه‌رو بوده‌اند، تاثیر ورود مواد غذایی آلوده را بیش از پیش با گوشت و پوست و خون خود حس کرده‌اند. واردات بی‌ضابطه، بی‌قانون و البته متخلفانه مواد غذایی آلوده در حالی مشکلات بسیاری را برای مردم این کشور ایجاد کرده که علاوه بر برانگیختن خشم عمومی، موضوعاتی مانند مقررات سهل‌گیرانه، فساد و فرآیندهای اجرایی نامطمئن را نیز به صورت جدی در مرکز توجه قرار داده است. از جمله معروف‌ترین ماجراهایی که نشان از قوانین سهل‌گیرانه چین در واردات مواد غذایی آلوده به این کشور دارد، در سال ۲۰۰۸ اتفاق افتاد. در این سال، شیر خشک آلوده به ملامین وارد چین شد که به مرگ حداقل شش نوزاد و بیمار شدن صدها هزار نفر دیگر انجامید. ملامین، یک ماده شیمیایی سمی است که در پلاستیک‌ها و کودها استفاده می‌شود و تولیدکنندگان سودجو آن را به پودر شیر اضافه کردند تا سطح پروتئین محصول را به صورت مصنوعی افزایش دهند و از بازرسی‌های کیفی عبور کنند. این رسوایی بزرگ، جزئیات تکان‌دهنده‌ای را از نبود نظارت و پاسخگویی مطلوب در صنایع غذایی چین آشکار کرد. ولی موضوع به همین‌جا ختم نشد. کشف افزودنی‌های غیرقانونی در محصولات گوشتی، بحران دیگری بود که صنایع غذایی چین را تحت تاثیر قرار داد. این اتفاق در سال ۲۰۱۴ افتاد و طی آن، در یک برنامه تلویزیونی فاش شد که برخی از تامین‌کنندگان چینی، از گوشت تاریخ مصرف گذشته و سایر مواد مشکوک در محصولات خود استفاده می‌کنند. این رسوایی بزرگ در صنایع غذایی چین، خشم عمومی گسترده‌ای را برانگیخت و نگرانی‌های جدی در مورد یکپارچگی زنجیره تامین مواد غذایی در این کشور ایجاد کرد. این رخداد هم نشان داد که چین و بسیاری از کشورهای دیگر نیازمند مقررات سختگیرانه‌تر و نظارت‌های بهتر بر شیوه تولید مواد غذایی هستند تا مردم کشورشان از بیماری دور بمانند.

چرا سهل‌انگاری می‌کنند؟

پس از رسوایی‌های متعدد در حوزه واردات مواد غذایی آلوده به چین، تحلیلگران بسیاری به بررسی چرایی و چگونگی وضعیت موجود پرداختند و یافته‌های خود را به عنوان نقشه راه کشورهای دیگر منتشر کردند. بر اساس یافته‌های تحقیقاتی این تحلیلگران، علت اصلی ورود مواد غذایی آلوده به چین، شیوع فساد و رشوه در صنایع غذایی است که به تولیدکنندگان سودجو اجازه می‌دهد سود را بر سلامت عمومی ترجیح دهند. در کنار این موضوع، نظارت ضعیف و فرآیندهای اجرایی نامطلوب، راه را برای برخی شرکت‌ها هموار کرده تا بدون ترس از عواقب اقدامات غیراخلاقی در حوزه صنایع غذایی، مواد آلوده را وارد چرخه غذایی کشورهای خود کنند. این در حالی است که صنعتی شدن سریع و جهانی شدن سیستم غذایی چین، چالش‌های متعددی را در تضمین ایمنی و کیفیت محصولات غذایی برای مردم این کشور ایجاد کرده است. بر اساس گزارشی که Food Safety News منتشر کرده، سیستم ایمنی مواد غذایی چین به صورت جزیره‌ای و چندپاره عمل می‌کند و هماهنگی لازم بین سازمان‌های دولتی که بر این موضوع نظارت دارند، وجود ندارد. این چندپارگی در نهایت به ایجاد شکاف‌هایی در پوشش نظارتی و عدم پاسخگویی در برابر تخلفات صورت‌گرفته انجامیده و تهدید بزرگی برای سلامت مردم ایجاد کرده است. حمایت‌گرایی محلی، تخلف در سیستم‌های اجرایی و تضعیف تلاش‌ها برای بهبود استانداردهای ایمنی غذا در چین، صدای سازمان جهانی بهداشت را هم درآورده و WHO نگرانی‌های متعددی را در مورد وضعیت ایمنی مواد غذایی در چین مطرح کرده و گفته که این کشور در تضمین کیفیت و سلامتی مواد غذایی خود با چالش‌های متعدد و البته مهمی روبه‌رو است.

سختگیری در حد اعلا

کشورها برای جلوگیری از ورود مواد غذایی آلوده به بازار مصرفی مردمشان، راهی جز سختگیری ندارند. مواد غذایی آلوده عواقب وحشتناکی برای سلامتی مصرف‌کنندگان دارد و خسارات اقتصادی فراوانی برای کشورها ایجاد می‌کند. اگر از چین به عنوان یک کشور سهل‌گیر در ورود مواد غذایی ناسالم نام برده می‌شود، به دلیل آسیبی است که به شهرت این کشور در حوزه صنایع و مواد غذایی وارد آمده و به سرعت نیز از میان نخواهد رفت. استفاده از چهارچوب‌ها و سیستم‌های نظارتی، استقرار فرآیندهای اجرایی و همچنین ورود به معاهده‌ها، کنوانسیون‌ها و قراردادهای همکاری بین‌المللی از جمله راهکارهایی است که کشورها مورد استفاده قرار می‌دهند تا از ورود مواد غذایی آلوده به بازارهایشان جلوگیری کنند. کشورهای پیشرفته از طریق چهارچوب‌های نظارتی قوی، استانداردهایی را برای ایمنی و کیفیت مواد غذایی تعیین می‌کنند که مانع ورود مواد غذایی آلوده به بازار و سبد مصرف خانواده‌ها می‌شود. این مقررات جنبه‌های مختلف زنجیره تامین مواد غذایی از جمله تولید، فرآوری، بسته‌بندی، برچسب‌گذاری و توزیع را کنترل می‌کند. سازمان‌های نظارتی مانند سازمان غذا و دارو (FDA) در ایالات‌متحده، سازمان ایمنی غذای اروپا (EFSA) در اتحادیه اروپا، و آژانس استانداردهای غذایی (FSA) در بریتانیا نقش مهمی در توسعه و اجرای این استانداردها دارند. بر اساس استانداردهای مشخص شده، کشورها بالاترین حد مجاز برای استفاده از آفت‌کش‌ها، داروهای دامپزشکی و سایر آلاینده‌ها را به منظور تولید محصولات غذایی تعیین می‌کنند تا از سالم بودن مواد غذایی اطمینان یابند. این محدودیت‌ها بر اساس ارزیابی‌های علمی از خطرات موجود برای سلامتی تعیین شده‌اند و به منظور جلوگیری از بروز اختلال در سلامتی جامعه، در بازه‌های زمانی منظم به‌روز می‌شوند. در این استانداردها مشخص شده که آژانس‌های نظارتی با نظارت بر حد مجاز استفاده از آفت‌کش‌ها و سموم، می‌توانند مواد غذایی آلوده را شناسایی کنند و جلوی ورود آنها به بازار را بگیرند. این نظارت‌ها که ذیل حوزه فعالیت سیستم‌های نظارتی قرار می‌گیرند، موارد مهمی نظیر جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها در مورد بیماری‌های ناشی از غذا، سموم شیمیایی، آلودگی میکروبی و سایر خطرات برای سلامت عمومی را دربر می‌گیرند. بر این اساس است که سیستم‌های نظارتی امکانی را برای مسئولان فراهم می‌کنند تا خطرات را ارزیابی کنند و اقدامات مناسبی برای جلوگیری از شیوع بیماری‌های ناشی از مواد غذایی آلوده در پیش بگیرند. در چهارچوب این سیستم‌های نظارتی، کشورها بازرسی‌های منظمی از تولیدکنندگان مواد غذایی، مزارع، تاسیسات فرآوری و محموله‌های وارداتی انجام می‌دهند تا از رعایت مقررات و استانداردهای ایمنی مواد غذایی اطمینان حاصل

کنند. در این فرآیندهای نظارتی، بازرسان اقدام به نمونه‌برداری می‌کنند تا آلاینده‌هایی مانند پاتوژن‌ها، فلزات سنگین، آفت‌کش‌ها و مواد اولیه کم‌کیفیت را شناسایی کنند. در این شرایط است که با انجام بازرسی‌های هدفمند بر اساس ارزیابی ریسک، مسئولان می‌توانند اقدامات خود را روی محصولات و مواد غذایی پرخطر متمرکز کنند. سومین قدم برای جلوگیری از ورود مواد غذایی آلوده به کشورهای مختلف، استقرار سازوکارهای اجرایی است که به منظور اطمینان از رعایت مقررات سلامتی و بهداشتی مواد غذایی و پاسخگویی متخلفان در قبال اقداماتشان به اجرا درمی‌آید. در این سازوکارهای اجرایی، مجازات‌ها، جریمه‌ها و محدودیت‌های خاصی برای افراد و شرکت‌های سودجو اعمال می‌شود. بر همین اساس، شرکت‌ها باید الزامات نظارتی را برآورده کنند و از ایجاد تقلب و استانداردسازی مصنوعی محصولاتشان خودداری ورزند، در غیر این صورت با جریمه‌های بازدارنده بسیار سنگینی روبه‌رو می‌شوند.

همکاری بین‌المللی ضروری است

زنجیره تامین مواد غذایی، جهانی است. سازمان‌های همکاری بین‌الملل نیز نقش تعیین‌کننده‌ای در این زنجیره تامین ایجاد می‌کنند و بر همین اساس، کشورها از طریق سازمان‌هایی مانند سازمان بهداشت جهانی (WHO)، سازمان غذا و کشاورزی ملل متحد (FAO) و کمیسیون Codex Alimentarius برای هماهنگ کردن استانداردهای ایمنی مواد غذایی، اشتراک‌گذاری اطلاعات در مورد خطرات در حال ظهور و هماهنگی واکنش به بحران‌های بین‌المللی بهداشت مواد غذایی با یکدیگر همکاری می‌کنند. کشورها در قالب موافقت‌نامه‌ها، مشارکت‌های تجاری و معاهده‌های بین‌المللی که شامل مقرراتی برای تضمین سلامت مواد غذایی و به رسمیت شناختن متقابل استانداردهای نظارتی است، با یکدیگر همکاری می‌کنند. این کشورها می‌توانند با همسو کردن چهارچوب‌های نظارتی خود با دستورالعمل‌ها و استانداردهای بین‌المللی، تجارت ایمن محصولات غذایی را در عین حفاظت از سلامت عمومی تسهیل کنند. سازمان‌های بین‌المللی کمک‌های فنی و پشتیبانی خود را برای تقویت سیستم‌های بهداشت مواد غذایی و رعایت استانداردهای جهانی از طریق ظرفیت‌سازی و برنامه‌های آموزشی به کشورها ارائه می‌کنند. در گوشه‌ای از این فعالیت‌ها، نقش فناوری‌های نوظهور در سلامت مواد غذایی نیز به چشم می‌خورد. پیشرفت تکنولوژی روش‌هایی را ایجاد کرده که سبب می‌شود کشورها با اتکا به این روش‌ها، از ورود مواد غذایی آلوده به بازارهای خود جلوگیری کنند. کشورها از ابزارهایی مانند بلاک‌چین، توالی‌یابی DNA، سنجش از راه دور و هوش مصنوعی برای ردیابی و رهگیری محصولات غذایی در سراسر زنجیره تامین استفاده می‌کنند. استفاده از این ابزارها که هر روز در حال گسترش و پیشرفت هستند، مسئولان و سیاست‌گذاران اجرایی کشورها را قادر می‌کند علاوه بر شناسایی منابع بالقوه آلودگی، بر اصالت محصول نیز نظارت داشته باشند و به بحران‌های بهداشتی و سلامتی ناشی از مواد غذایی ناسالم واکنش بسیار سریع نشان دهند. فناوری بلاک‌چین امکان ثبت شفاف و ایمن تراکنش‌های مواد غذایی را فراهم می‌کند و مسئولان را قادر می‌کند منشأ محصولات را ردیابی و سلامت آنها را تایید کنند. توالی‌یابی DNA نیز می‌تواند برای شناسایی سریع و دقیق عوامل بیماری‌زا در نمونه‌های غذایی مورد استفاده قرار گیرد و مداخلات هدفمند برای جلوگیری از شیوع بیماری را تسهیل کند.

سختگیری‌های سالم

آمریکا، کشورهای اتحادیه اروپا، ژاپن، استرالیا و کانادا سفت‌وسخت‌ترین قوانین را برای ورود مواد غذایی به کشورهایشان وضع کرده‌اند. این کشورها، سلامت مواد غذایی را به عنوان یک دغدغه جدی برای سلامت عمومی در اولویت قرار داده‌اند و در کنار آن، دریافته‌اند که لازم است از مصرف‌کنندگان در برابر خطرات مرتبط با مصرف مواد غذایی آلوده محافظت کنند. ایالات‌متحده از طریق سازمان غذا و دارو (FDA) و وزارت کشاورزی (USDA)، چهارچوب‌های نظارتی جامعی را برای اطمینان از ایمنی و کیفیت محصولات غذایی ایجاد کرده است. FDA مسئول تنظیم بیشتر محصولات غذایی است، در حالی که USDA بر گوشت، مرغ و تخم‌مرغ نظارت دارد. این آژانس‌ها استانداردهایی را برای ایمنی مواد غذایی تعیین می‌کنند، بازرسی‌هایی را از موسسات مواد غذایی انجام می‌دهند و از طریق اقدامات اجرایی و فراخوان، انطباق با مقررات را می‌سنجند. اتحادیه اروپا (EU) نیز یک سیستم سلامت مواد غذایی بسیار قدرتمند را از طریق سازمان ایمنی غذای اروپا (EFSA) و کمیسیون اروپا توسعه داده که استانداردهای هماهنگ‌شده‌ای را برای ایمنی مواد غذایی در سراسر کشورهای عضو خود تعیین می‌کند. این کشورها در کنار ارزیابی خطر برای شناسایی خطرات موجود در حوزه مواد غذایی، اطلاع‌رسانی‌های لازم درباره تصمیمات و سیاست‌های اجرایی را به شهروندان خود انجام می‌دهند. EFSA همچنین به ارائه توصیه‌های علمی در مورد مسائل ایمنی مواد غذایی می‌پردازد و از اجرای مقررات برای محافظت از مصرف‌کنندگان در برابر خطراتی مانند باقی‌مانده‌های شیمیایی، آلودگی میکروبی و آلرژن‌ها حمایت می‌کند. ژاپن به دلیل قوانین سختگیرانه خود در مورد ایمنی مواد غذایی، به ویژه در مورد آلاینده‌هایی مانند فلزات سنگین، آفت‌کش‌ها و مواد رادیواکتیو شناخته شده است. وزارت بهداشت، کار و رفاه (MHLW) و وزارت کشاورزی، جنگل‌داری و شیلات ژاپن (MAFF) بر مقررات سلامت مواد غذایی در این کشور نظارت می‌کنند و از نزدیک با شرکای صنعتی برای اطمینان از

▲ بر اساس اعلام سازمان بهداشت جهانی، بیماری‌های ناشی از مواد غذایی آلوده موجب وارد آمدن خسارات اقتصادی قابل توجهی به کشورهای جهان می‌شود. بخش زیادی از این خسارت‌ها در حوزه‌های هزینه‌های پزشکی، کاهش بهره‌وری نیروی انسانی و همچنین اختلالات تجاری میان کشورها قرار می‌گیرد.

رعایت استانداردها همکاری مستقیم دارند. ژاپن برای برخی از آلاینده‌ها در محصولات غذایی سیاست تحمل صفر دارد و آزمایش‌های دقیقی را برای جلوگیری از ورود آنها به بازار انجام می‌دهد. استرالیا هم شهرت بسیاری در زمینه سلامت مواد غذایی به دست آورده است. این کشور، استانداردهای بالای سلامت مواد غذایی و برنامه‌های بازرسی دقیق برای جلوگیری از ورود مواد غذایی آلوده به بازار را در دستور کار قرار داده است. وزارت کشاورزی، آب و محیط زیست استرالیا محصولات غذایی وارداتی را به صورت جدی مورد ارزیابی قرار می‌دهد. استانداردهای غذایی استرالیا و نیوزیلند (FSANZ) نیز تدوین شده‌اند تا دستورالعمل‌هایی را برای سلامت مواد غذایی و الزامات برچسب‌گذاری تعیین کنند. کانادا هم از طریق آژانس بازرسی مواد غذایی (CFIA) و وزارت بهداشت، نظارت سختگیرانه بر سلامتی مواد غذایی را در اولویت قرار داده است. CFIA مسئولیت دارد تا مقررات مربوط به ایمنی غذا، سلامت حیوانات و حفاظت از گیاهان را برای اطمینان از یکپارچگی زنجیره تامین مواد غذایی اجرا کند. موسسه Health Canada نیز برای محافظت از سلامت عمومی، ارزیابی خطر را در مورد آلاینده‌های شیمیایی، پاتوژن‌ها و آلرژن‌های موجود در محصولات غذایی بر عهده دارد.

چرا سختگیری می‌کنند؟

کشورهایی که بالاترین میزان سختگیری را برای واردات مواد غذایی به بازارهای مصرفی مردم و جامعه به خرج می‌دهند، هر یک دلایل خاص خود را دارند. نخستین و مهم‌ترین دلیل آنها شاید این باشد که اطمینان از سلامت مواد غذایی، یک مسئولیت اساسی از سوی دولت‌ها برای محافظت از سلامت و رفاه عمومی است. غذای آلوده می‌تواند باعث بیماری‌های ناشی از غذا، واکنش‌های آلرژیک، مسمومیت و سایر اثرات نامطلوب سلامتی شود که عواقب جدی برای مصرف‌کنندگان به دنبال خواهد داشت. بنابراین، کشورها با تعیین استانداردهای سختگیرانه برای سلامت مواد غذایی و اجرای مقررات، خطر این پیامدهای مضر را کاهش می‌دهند و از سلامت عمومی محافظت می‌کنند. در کنار این موضوع، کشورهایی که ایمنی مواد غذایی را در اولویت قرار می‌دهند، تعهد خود را به تضمین کیفیت، حمایت از مصرف‌کننده و توسعه پایدار نشان می‌دهند. این کشورها با حفظ استانداردهای بالا برای ایمنی مواد غذایی، در میان مصرف‌کنندگان، شرکای صنعتی و شرکای تجاری که به محصولات و مواد اولیه غذایی نیاز دارند، اعتمادسازی می‌کنند. این اقدامات سختگیرانه آنها، برای جلوگیری از ورود مواد غذایی آلوده به بازار ضروری است و به حفظ یکپارچگی زنجیره تامین مواد غذایی و افزایش دسترسی به بازار

کمک بسیار زیادی می‌کند. کمک‌هایی که در نهایت فرصت ایجاد می‌کند تا کشورها رشد اقتصادی خود را افزایش دهند. از آنجا که مصرف‌کنندگان همواره به محصولاتی اعتماد می‌کنند که استانداردهای ایمنی دقیق را رعایت می‌کنند و برای اطمینان از انطباق با مقررات تحت بازرسی‌های منظم قرار می‌گیرند، کشورهایی که دارای مقررات سختگیرانه سلامت مواد غذایی هستند، از افزایش اعتماد عمومی به سیستم‌های نظارتی و ساختارهای حاکمیتی خود بهره‌مند می‌شوند. کشورها می‌توانند با ترویج شفافیت و پاسخگویی در سیستم‌های ایمنی غذایی خود، اعتبارشان را نزد ذی‌نفعان ایجاد کنند و تعهد خود را به حفاظت از سلامت عمومی نشان دهند. کشورهای سختگیر، به تلاش‌ها و سیاست‌گذاری‌های بین‌المللی برای ارتقای امنیت غذایی، پایداری و انعطاف‌پذیری نیز کمک می‌کنند. این کشورها با به اشتراک گذاشتن بهترین شیوه‌ها، تبادل اطلاعات و همکاری با شرکای بین‌المللی، می‌توانند به چالش‌های مشترک مرتبط با ایمنی غذا رسیدگی کنند و به تقویت سیستم‌های جهانی غذا بپردازند.

زیان ۱۱۰ میلیارددلاری

سازمان بهداشت جهانی، یکی از اصلی‌ترین منابع اعلام تاثیر آلودگی مواد غذایی در جهان است. این سازمان سالانه و به‌طور منظم، گزارش‌ها و مطالعاتی را درباره مسائل مرتبط با بهداشت مواد غذایی منتشر می‌کند تا مورد استناد کشورها قرار گیرد. بر اساس اعلام سازمان بهداشت جهانی، بیماری‌های ناشی از مواد غذایی آلوده موجب وارد آمدن خسارات اقتصادی قابل توجهی به کشورهای جهان می‌شود. بخش زیادی از این خسارت‌ها در حوزه‌های هزینه‌های پزشکی، کاهش بهره‌وری نیروی انسانی و همچنین اختلالات تجاری میان کشورها قرار می‌گیرد. این سازمان در گزارشی با عنوان «برآورد خسارت بیماری‌های منتقل‌شده از غذا در جهان» تخمین زده که هزینه سالانه بیماری‌های پیش‌آمده ناشی از مصرف مواد غذایی ناسالم در سراسر جهان، سالانه ۱۱۰ میلیارد دلار است. مطالعه دیگری که از سوی سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد (FAO) و بانک جهانی با عنوان «غذای ناسالم؛ فشار بیماری‌های ناشی از غذا در جهان» انجام شده، نشان می‌دهد که مواد غذایی آلوده باعث بروز حدود ۶۰۰ میلیون مورد بیماری و نزدیک به ۴۲۰ هزار مورد مرگ شده است. در این گزارش، بر نیاز به بهبود اقدامات ایمنی مواد غذایی به منظور جلوگیری از خسارات و هزینه‌ها و همچنین حفاظت از سلامت عمومی تاکید شده است. این دو گزارش، مثال‌های خاصی را از بروز مشکلات سلامتی و بهداشتی در سراسر جهان مطرح کرده‌اند که نشان می‌دهد همه کشورهای جهان به نوعی با مواد غذایی آلوده درگیر هستند. رسوایی گوشت اسب اروپا در سال ۲۰۱۵ یکی از این مثال‌ها به‌شمار می‌رود که در آن گوشت اسب به‌طور تقلبی به عنوان گوشت گاو در محصولات غذایی فرآوری‌شده در چندین کشور فروخته شد. این اتفاق، خسارات مالی قابل توجهی برای شرکت‌های آسیب‌دیده به دنبال داشت و در نهایت سبب شد بیانیه‌های گسترده‌ای درباره محصولات آلوده و همچنین آسیب وارد‌آمده به اعتماد مصرف‌کنندگان در زنجیره تامین مواد غذایی منتشر شود. در مثالی دیگر، شیوع Ecoli ناشی از مصرف کاهوی رومی در ایالات‌متحده آمریکا طی سال ۲۰۱۸ سبب شد بخش زیادی از جمعیت این کشور حس کسالت کنند. در پی این اتفاق، چندین نفر در بیمارستان بستری شدند و چند مورد مرگ‌ومیر نیز گزارش شد. این اتفاق زیان‌های مالی قابل توجه و البته جبران‌ناپذیری برای کشاورزان، توزیع‌کنندگان و خرده‌فروشان به وجود آورد اما با تاکیدی که بر اهمیت واکنش سریع، ارتباط موثر و تلاش‌های هماهنگ برای رسیدگی به حوادث ناشی از آلودگی مواد غذایی و کاهش اثرات اقتصادی آن داشت، بخش زیادی از جامعه را درباره مصرف مواد غذایی سالم آگاه کرد. چندی بعد، مطالعه‌ای در مجله علمی پژوهشی Food Control با عنوان «تاثیر اقتصادی شیوع بیماری‌های ناشی از غذای ناسالم بر مشاغل مواد غذایی» منتشر شد که به بررسی زیان‌های اقتصادی ناشی از تولید، عرضه و مصرف مواد غذایی ناسالم در ایالات‌متحده آمریکا پرداخت. تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده در این گزارش نشان داد، شیوع بیماری‌های ناشی از غذا می‌تواند باعث زیان‌های مالی قابل توجهی برای شرکت‌ها شود چرا که موضوعاتی مانند فراخوان محصول، هزینه‌های حقوقی، آسیب به برند و در نهایت فروش ازدست‌رفته، زیان‌های جبران‌ناپذیری را متوجه فعالان این بازار می‌کند.

غذای آلوده چگونه قاچاق می‌شود؟

روش‌های متعددی برای قاچاق مواد غذایی آلوده در میان کشورهای جهان وجود دارد. هر بار که یکی از این روش‌ها لو می‌رود، روش جدیدی جایگزین می‌شود و این چرخه، هیچ‌گاه پایان نمی‌پذیرد. قاچاق مواد غذایی آلوده از طریق مرزها، پدیده‌ای خطرناک و غیراخلاقی است که خطرات قابل توجهی برای سلامت عمومی جامعه ایجاد می‌کند. یکی از رایج‌ترین روش‌های قاچاق مواد غذایی آلوده، جعل اسناد و برچسب‌گذاری نادرست محصولات برای پنهان کردن منشأ یا مواد اولیه واقعی تشکیل‌دهنده آنهاست. در برخی موارد، قاچاقچیان گواهی مبدأ، تاریخ انقضا، یا گزارش‌های تضمین کیفیت را جعل می‌کنند تا مواد غذایی آلوده را سالم و قانونی جلوه دهند. قاچاقچیان با دستکاری اسناد و مدارک، می‌توانند بازرسی‌های گمرکی و نظارتی را دور بزنند و در کنار آن، نظارت‌های ناکافی و گاهی سوءاستفاده و ترک فعل مبادی ورودی کالا به کشورها نیز به آنها اجازه می‌دهد محصولات غذایی آلوده را بدون شناسایی وارد یک کشور کنند و آن را در بازار به فروش برسانند. یکی دیگر از روش‌های رایج قاچاق مواد غذایی آلوده، استفاده از محفظه‌های مخفی یا کفی کاذب در خودروهای ترانزیت، حمل‌ونقل و وسایل نقلیه است. قاچاقچیان در این روش، مواد غذایی آلوده مانند گوشت‌های تاریخ مصرف گذشته، غذاهای دریایی فاسد یا نوشیدنی‌های تقلبی را درون محفظه‌های مخفی پنهان می‌کنند. با پنهان کردن کالاهای غیرقانونی در میان محصولات قانونی، قاچاقچیان می‌توانند از کشف شدن از سوی مقامات مجری قانون و آژانس‌های امنیتی مرزی فرار کنند. در برخی موارد، قاچاقچیان برای انتقال مواد غذایی آلوده به آن سوی مرزها، تاکتیک‌های غیرمتعارف‌تری به کار می‌گیرند. مواردی وجود داشته که افراد اقدام به قاچاق حیوانات زنده آلوده، به بیماری‌هایی مانند آنفلوآنزای مرغی یا بیماری تب برفکی کرده‌اند. این افراد حیوانات را در چمدان لباس‌ها مخفی کرده و به دیگر کشورهای جهان انتقال داده بودند. این اقدام خطرناک نه‌تنها سلامت حیوانات را تهدید می‌کند، بلکه خطر سرایت بیماری‌های مشترک بین انسان و دام را از طریق محصولات غذایی آلوده، به انسان افزایش می‌دهد. در روش‌های دیگر، قاچاقچیان از خلأ موجود در توافق‌نامه‌های تجاری بین‌المللی و مناطق آزاد تجاری، برای قاچاق مواد غذایی آلوده بدون مواجه شدن با موانع مهم در مبادی ورودی سوءاستفاده می‌کنند. آنها با بهره‌گیری از مقررات و نظارت ضعیف در مناطق خاص، می‌توانند از خلأهای قانونی برای واردات و توزیع محصولات غذایی ناامن بدون مجازات سوءاستفاده کنند. فقدان تلاش‌های هماهنگ بین کشورها برای مبارزه با قاچاق مواد غذایی به افراد سودجو این امکان را می‌دهد تا از شکاف‌های موجود در سیستم سوءاستفاده کرده و از فروش کالاهای آلوده سود ببرند. در کنار این روش‌های سنتی، ظهور پلت‌فرم‌های تجارت‌الکترونیک و بازارهای آنلاین، فرصت‌های جدیدی را برای قاچاقچیان فراهم کرده تا محصولات غذایی آلوده را به خارج از مرزها منتقل کنند. قاچاقچیان توانسته‌اند با استفاده از پلت‌فرم‌های دیجیتال و تراکنش‌های ناشناس، به مخاطبان گسترده‌تری دست یابند و محصولات غذایی ناسالم را بین مصرف‌کنندگان ناآگاه توزیع کنند. ناشناس بودن و عدم پاسخگویی در تراکنش‌های آنلاین، ردیابی و رهگیری محموله‌های مواد غذایی غیرقانونی را برای مسئولان چالش‌برانگیز می‌کند و به قاچاقچیان اجازه می‌دهد با سهولت نسبی فعالیت کنند. در روزهای ابتدایی سال ۲۰۲۳ در چین، مسئولان این کشور یک شبکه بزرگ قاچاق مواد غذایی را کشف کردند که محصولات گوشتی تاریخ مصرف گذشته را از خارج قاچاق می‌کرد و این گوشت‌ها را در بازارهای محلی می‌فروخت. قاچاقچیان برای فریب مصرف‌کنندگان و به حداکثر رساندن سود، گوشت تاریخ مصرف گذشته را با تاریخ انقضای جدید بسته‌بندی کرده بودند. این مورد خطرات مرتبط با مصرف مواد غذایی آلوده و نیاز به اقدامات اجرایی قوی‌تر برای مبارزه با قاچاق مواد غذایی را مورد توجه جدی قرار داد. همچنین، طی سال ۲۰۲۲ مواردی از قاچاق مشروبات الکلی و غذاهای لوکس تقلبی از طریق گروه‌های قاچاق سازمان‌یافته مشاهده شد که آسیب‌های فراوانی را برای مردم برخی از کشورهای اروپایی ایجاد کرد. این شبکه‌های قاچاق، در عملیات‌های پیچیده‌ای که برای تولید و توزیع محصولات تقلبی برندهای محبوب انجام می‌دادند، اقدام به فریب دادن مصرف‌کنندگان کردند و در نهایت، سلامت آنها را به خطر انداختند. در سال‌های اخیر، کشف روغن زیتون، شراب و پنیر تقلبی در بازارهای اروپایی، بر چالش‌های ناشی از قاچاق مواد غذایی و اهمیت کنترل‌های نظارتی قوی برای محافظت از مصرف‌کنندگان تاکید کرده است.

آفتاب
از ۱۳۳۲
روغن آفتابگردان
(ویتامینه)
2+ سال
۱۶۲۰ گرم
آفتاب
از ۱۳۳۲
روغن آفتابگردان
پالایش شده
مخصوص خانوار
غنی‌شده با
D3
100%
Vegetable Oil
MARGARINECO.

www.mmc.ir

Zar Group

Zar Fructose

زر فروکتوز

فروکتوز، گلوکز، مالتودکسترین، نشاسته ذرت

تولید کننده انواع محصولات برپایه نشاسته ذرت

ZarOil

روغن

تولیدکننده انواع روغن سالاد و پخت و پز

ZARGREEN

کود

تولیدکننده انواع کود طبیعی مایع

ZarNam

مایع قندی خوراک زنبور

تولید کننده خوراک مایع زنبور عسل غنی شده با اسید آمینه

هاتی نودل

Hotikara_brand

نمایشگاه بین المللی، سالن میلاد، طبقه دوم، غرفه ۳۲
Golha
مجتمع صنایع غذایی و کشاورزی
گلها
۱۳۱۸
دارنده گواهینامه یکصدسال
خدمت از یونسکو در ایران
GOLHA LAND
1939
اسکن کن
باشگاه مشتریان
یک قرن از مزرعه تا سفره با گلها
golhaco

FOOD PRODUCTS
202

202_food www.202.ir

سبکی رو تجربه کن!

شرکت فرآوری سبوس مازند

بزرگ‌ترین تولیدکننده روغن‌های خوراکی سلامت محور در کشور

IQF Produced By Individual Quick Frozen Technology

packfood_ir 01344403772

سریع . سالم . خوشمزه

نمایشگاه اگروفود

سالن ۲۷، غرفه ۲۵

Pack Food®

یک وعده پرسود

PACKFOOD™ IS A PROVIDER OF HIGH-QUALITY FOOD PRODUCTS.

Family Friendly

Made with fresh natural ingredients

Experience eating a nutritious & healthy food with a homemade taste!

www.packfood.ir

SCAN ME & FIND MORE

24/7

صدای مشتری

۴۰۰۰ ۸۵ ۴۵ (۰۲۱)

با ما در ارتباط باشید

پک فود

به‌پخش

به‌پخش (سهامی عام)

پیشگام در صنعت پخش

www.bpc.ir
email: info@bpc.ir

۰۲۱ ـ ۶۰۹۱۱

تهران : خیابان آزادی, بلوار استادمعین, شماره ۱۷۲

طوفان مزه‌های شگفت‌انگیز با

مَک پاستا

مک
pasta

غـــذای خـوب ، احســـاس خوب

www.changizigroup.com

سحر
یک نام و هزار لبخند
www.saharfood.com