

تعداد شرکت‌های لبنی از بیش از ۱۰۰۰ شرکت به ۲۰۰ شرکت افت کرده و کاهش سرانه مصرف لبنیات به دلیل کاهش قدرت خرید مشکل صنعت لبنیات است.

سخنگوی انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران:



سید محمدرضا بنی‌طبا، سخنگوی انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران گفت:

تولیدکنندگان محصولات لبنی بنا به درخواست سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان، ستاد تنظیم بازار و دیگر ارگان‌های نظارتی قیمت محصولات لبنی را در ماه رمضان افزایش ندادند؛ این در حالیست که الزام تولیدکنندگان به افزایش حقوق و دستمزد از ابتدای سال ۱۴۰۳ به افزایش هزینه‌های تولید در روزهای ماه رمضان انجامیده و افزایش حقوق و دستمزد به افزایش دیگر هزینه‌های تولید به دلیل تورم افزوده شده است.

به گزارش اسپادانا خبر و به نقل از ایلنا، وی افزود:

افزایش حقوق و دستمزد کارگران در شرایطی که تولیدکننده اجازه افزایش قیمت محصول خود را ندارد به معنای پرداخت یارانه از جیب تولیدکننده است. شعار سال جهش تولید است اما آنچه در عمل اتفاق می‌افتد ضربه زدن به تولید است در این شرایط صنعت لبنیات از دولتمردان انتظار دارد ضوابطی که خود مصوب کرده‌اند را محترم بشمارند و به آنها عمل کنند. وزارت جهاد کشاورزی باید هرچه زودتر نرخ خرید تضمینی شیر خام را اعلام کند تا براساس این نرخ به عنوان اصلی‌ترین عامل تأثیرگذار بر قیمت نهایی محصولات لبنی نرخ دیگر فرآورده‌ها نیز تعیین شود اما با اینکه ماه نخست سال ۱۴۰۳ رو به پایان است هنوز هیچ اقدامی در این راستا صورت نگرفته است؛ در سال گذشته میزان افزایش قیمت محصولات نهایی در ماه چهارم سال به تولیدکنندگان ابلاغ شد در حالی که تولیدکننده از ماه نخست سال موظف است حقوق و دستمزد کارکنان را افزایش دهد.

بنی‌طبا یادآور شد:

متأسفانه افکار عمومی تغییر قیمت محصولات لبنی را برآمده از طمع تولیدکننده می‌دانند غافل از اینکه این سیاست‌های دولت است که به افزایش هزینه‌های تولید و در ادامه گرانی محصول تمام‌شده می‌انجامد. در پی همین سیاستگذاری‌هاست که تعداد شرکت‌های لبنی ایران از بیش از ۱۰۰۰ شرکت در دهه ۸۰ به حدود ۲۰۰ شرکت افت کرده است.

سخنگوی انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی درباره دلایل افزایش چندباره قیمت شماری از محصولات لبنی در سال گذشته گفت:

قیمتگذاری شماری از محصولات صنعت لبنیات دستوری و شماری دیگر غیردستوری است. در سال گذشته اعلام شد که محصولات مشمول قیمتگذاری دستوری ۲۰ درصد و دیگر محصولات ۳۰ درصد افزایش قیمت داشته باشند و شرکت‌ها نیز این افزایش ۳۰ درصدی را بسته به سیاست‌های بازاریابی خود یکباره یا چندباره اعمال کردند اما از محدوده تعیین‌شده تجاوز نداشتند.

وی در پاسخ به اینکه باور عمومی اینست که با کاهش مصرف لبنیات در ایران به دلیل کاهش قدرت خرید مردم این محصولات

به بازارهای صادراتی جذب می‌شود و به ضرر تولیدکننده نمی‌انجامد توضیح داد:

لبنیات محصولی فسادپذیر است و صادرات آن به راحتی ممکن نیست؛ همچنین امکان تبدیل آن به محصولات صنایع تبدیلی هم به راحتی و برای همه واحدهای تولیدی امکان ندارد. در حال حاضر حدود ۱۰۰ هزار تن شیر خشک انبارشده داریم و این نشان می‌دهد که صادرات محصولات صنایع تبدیلی هم آسان نیست، به ویژه که بازارهای صادراتی به شدت رقابتی هستند. کاهش سرانه مصرف لبنیات به دلیل کاهش قدرت خرید مردم مشکل امروز صنعت لبنیات است و متولی حراست از قدرت خرید مردم هم تولیدکننده نیست بلکه مجلس، دولت و وزارتخانه‌های رفاه و اقتصاد و بانک مرکزی هستند.

برچسب‌ها: [تورم](#) [1]

[گرایشی](#) [2]

[سلامت](#) [3]

[دولت](#) [4]