



بانک کارآفرین
KARAFARIN BANK



مهر ۱۳۹۹

تحلیلی بر صنعت مواد غذایی و آشامیدنی در ایران

مدیریت ریسک و مطالعات اقتصادی

اداره تحلیل بازارهای مالی و بخش های اقتصادی



خلاصه مدیریتی

بازار محصولات غذایی و آشامیدنی ایران بدلیل حضور کمرنگ محصولات و برندهای خارجی نسبت به بازار کشورهای منطقه بسیار متمایز است. ارزش کل بازار محصولات غذایی و آشامیدنی ایران در سال ۲۰۱۸ حدود ۳۱ میلیارد دلار بود. که حدود ۲۳ میلیارد آن مربوط به محصولات داخلی و حدود ۸ میلیارد آن نیز محصولات وارداتی است. ارزش بازار صادراتی این صنعت برای کشور کمتر از ۲،۱ میلیارد دلار در سال است. این در حالی است که صادرات این صنعت برای چشم انداز ۱۴۰۴ حدود ۶،۵ میلیارد دلار هدفگذاری شده است.

روسیه، امارات متحده عربی، کویت، قطر و آلمان حدود ۵۱ درصد بازارهای صادراتی ایران و کشورهای برزیل، هند، امارات متحده عربی، روسیه و آرژانتین بیش از ۷۳ درصد بازار واردات محصولات غذایی را در اختیار دارند. در صنعت آشامیدنی بیش از ۷۸ درصد صادرات ایران به ۵ کشور عمان، گرجستان، آذربایجان، روسیه و امارات متحده عربی و حدود ۹۷ درصد واردات محصولات آشامیدنی نیز از مبدا کشورهای امارات متحده عربی، عمان، ترکیه، آلمان و چین صورت می گیرد. کسری تجاری محصولات غذایی ایران در سال ۲۰۱۸ به ۴،۸ میلیارد دلار و در محصولات آشامیدنی به بیش از ۱ میلیارد دلار رسیده است.

بر اساس پیش‌بینی‌ها و هدفگذاری افق ۱۴۰۴، چشم‌انداز تقاضا و بازار داخلی و خارجی صنعت مواد غذایی و آشامیدنی‌ها مثبت پیش‌بینی می‌شود. لازمه تحقق این چشم‌انداز در گرو تقویت سمت عرضه صنعت است، تقویت سمت عرضه نیز نیازمند سرمایه‌گذاری و تامین مالی است. با توجه به اینکه، فعالیت‌های بنگاه‌ها، عملکرد و نسبت های مالی آنها در صنعت مواد غذایی و آشامیدنی متفاوت است، توصیه می‌شود، شبکه بانکی در امر تامین مالی/سرمایه‌گذاری بنگاه‌های این صنعت، بیشتر از وضعیت صنعت، بر وضعیت ریسک و امتیاز اعتباری بنگاه مدنظر تمرکز کند.



فهرست مطالب

۱- مقدمه	۱
۲- معرفی صنعت مواد غذایی و آشامیدنی	۲
۳- بازار جهانی صنعت مواد غذایی و آشامیدنی	۳
۳-۱- وضعیت صادرات و واردات مواد غذایی	۴
۳-۲- وضعیت صادرات و واردات آشامیدنی	۹
۴- بازار داخلی صنعت مواد غذایی و آشامیدنی	۱۵
۵- تحلیل مالی اهم بنگاه‌های صنعت مواد غذایی و آشامیدنی‌ها	۲۶
۶- پیش بینی آینده صنعت مواد غذایی و آشامیدنی	۳۰
۷- جمع‌بندی	۳۲



فهرست جداول

- جدول ۱- روند صادرات و واردات جهانی صنعت مواد غذایی ۵
- جدول ۲- کشورهای برتر صادرکننده و واردکننده صنعت مواد غذایی در سال ۲۰۱۸ ۷
- جدول ۳- روند صادرات و واردات جهانی صنعت آشامیدنی ۱۰
- جدول ۴- کشورهای برتر صادرکننده و واردکننده در صنعت آشامیدنی ۱۲
- جدول ۵- نسبت تولید، مصرف و تجارت کشور ایران در ارتباط با محصولات غذایی و آشامیدنی در سال ۲۰۱۸ ۱۵
- جدول ۶- وضعیت صادرات و واردات و تراز تجاری صنعت مواد غذایی ایران طی دوره زمانی ۲۰۱۸-۲۰۰۰ ۱۶
- جدول ۷- شرکای عمده تجاری ایران در محصولات غذایی در سال ۲۰۱۸ ۱۸
- جدول ۸- وضعیت صادرات و واردات و تراز تجاری صنعت آشامیدنی ایران طی دوره زمانی ۲۰۱۸-۲۰۰۰ ۲۱
- جدول ۹- شرکای عمده تجاری ایران در محصولات آشامیدنی در سال ۲۰۱۸ ۲۳
- جدول ۱۰- اهم نسبت‌های مالی شرکت‌های مهم فعال صنعت غذایی در بورس اوراق بهادار ۱۳۹۸ ۲۷
- جدول ۱۱- رتبه بندی شرکت‌های صنایع غذایی و آشامیدنی بر اساس شرایط مساعد آنها جهت دریافت تسهیلات بانکی ۲۹
- جدول ۱۲- چشم انداز محصولات کشاورزی ایران تا ۲۰۲۸- جولای ۲۰۱۹ (تیر ۹۸) ۳۱



فهرست نمودارها

- نمودار ۱- اندازه بازارهای جهانی صنعت مواد غذایی و آشامیدنی..... ۳
- نمودار ۲- سهم کشورهای جهان از تولیدات صنعت مواد غذایی و آشامیدنی..... ۴
- نمودار ۳- روند صادرات و واردات جهانی صنعت مواد غذایی..... ۶
- نمودار ۴- صادرکنندگان برتر محصولات غذایی بر حسب سهم از کل جهان در سال ۲۰۱۸..... ۸
- نمودار ۵- واردات محصولات صنایع غذایی بر حسب سهم از کل جهان..... ۹
- نمودار ۶- روند صادرات و واردات جهانی صنعت آشامیدنی..... ۱۱
- نمودار ۷- صادرات محصولات صنایع آشامیدنی بر حسب سهم از کل جهان..... ۱۳
- نمودار ۸- واردات محصولات صنایع آشامیدنی بر حسب سهم از کل جهان..... ۱۴
- نمودار ۹- وضعیت صادرات و واردات و تراز تجاری صنعت مواد غذایی ایران طی دوره زمانی ۲۰۱۸-۲۰۰۰..... ۱۷
- نمودار ۱۰- سهم شرکای عمده تجاری ایران از صادرات محصولات غذایی در سال ۲۰۱۸..... ۱۹
- نمودار ۱۱- سهم شرکای عمده تجاری ایران از واردات محصولات غذایی در سال ۲۰۱۸..... ۲۰
- نمودار ۱۲- وضعیت صادرات و واردات و تراز تجاری صنعت آشامیدنی ایران طی دوره زمانی ۲۰۱۸-۲۰۰۰..... ۲۲
- نمودار ۱۳- سهم شرکای عمده تجاری ایران از صادرات محصولات آشامیدنی در سال ۲۰۱۸..... ۲۴
- نمودار ۱۴- سهم شرکای عمده تجاری ایران از واردات محصولات آشامیدنی در سال ۲۰۱۸..... ۲۵



۱- مقدمه

صنعت مواد غذایی و نوشیدنی از مهم‌ترین گروه‌های صنعتی در کشورهای در حال توسعه محسوب می‌شود. محصولات این صنعت به دلیل اینکه عمدتاً در ارتباط با اقلام مصرفی نهایی خانوارها و افراد است، از یک تقاضای نسبتاً باثبات برخوردار می‌باشد. بدلیل ارزان بودن موادخام محصولات کشاورزی، ارزبری کمتر مواد غذایی و نیروی کار ارزان، ایجاد صنایع تبدیلی به یک رویکرد غالب در عمده کشورهای در حال توسعه تبدیل شده است. در بازار محصولات غذایی و آشامیدنی در ایران عمدتاً محصولات داخلی حضور دارند. ضمن اینکه این صنعت به عنوان یک صنعت پیشرو مطرح بوده و برای افق زمانی ۱۴۰۴، ارزش صادرات این معادل ۶٫۵ میلیارد دلار هدفگذاری شده است (جایگاه دوم صادرات در منطقه غرب آسیا). ارزش صادرات این صنعت در سال ۱۳۹۷ برابر با حدود ۲٫۱ میلیارد دلار بوده است که از هدفگذاری صورت گرفته ۴٫۴ میلیارد دلار فاصله دارد. به منظور دستیابی به هدفگذاری صادراتی و همچنین تامین تقاضای داخلی، توسعه صنایع غذایی و آشامیدنی لازم و ضروری است. مهم‌ترین نقطه قوت صنایع غذایی و آشامیدنی در کشور ایران این است که بنگاه‌های دولتی کمتر از ۳ درصد صنعت را شامل می‌شوند و بخش خصوصی حضور پررنگی در این صنعت دارد. اما، قیمت برخی از اقلام این صنعت توسط دولت به صورت برون‌زا تعیین می‌شود و تعداد نهاد دولتی و عمومی ناظر و سیاستگذار بر صنعت و در نتیجه واگرایی و ناهماهنگی در سیاست‌ها و تصمیم‌گیری‌ها از چالش‌های اساسی این صنعت هستند. در گزارش حاضر سعی شده است به بررسی این صنعت از منظر تامین مالی بانکی پرداخته شود. لذا در بخش دوم به معرفی کلی صنعت مواد غذایی و آشامیدنی پرداخته شده است. در بخش سوم بازارهای جهانی مورد بررسی قرار گرفته و در بخش چهارم نیز بر بازار داخلی تمرکز شده است. در بخش پنجم، وضعیت مالی اهم بنگاه‌های صنعت در کشور ارائه شده و در بخش ششم، وضعیت آتی صنعت پیش‌بینی شده است. در نهایت بخش هفتم نیز جمع‌بندی ارائه شده است.

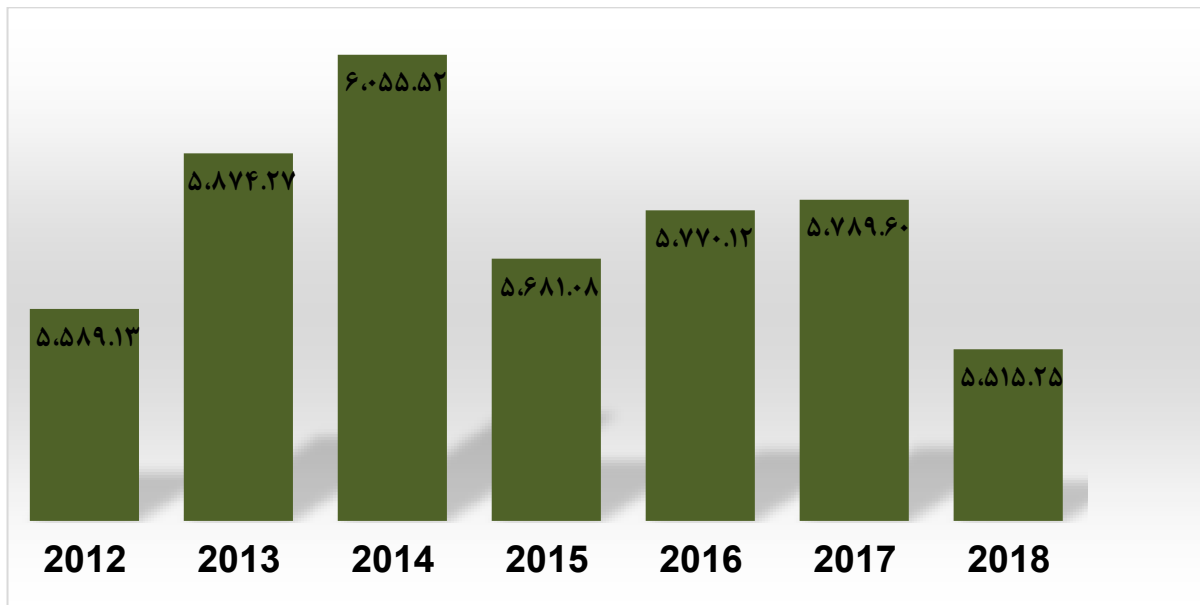


۲- معرفی صنعت مواد غذایی و آشامیدنی

از نظر تنوع محصول، صنعت مواد غذایی و آشامیدنی نسبت به سایر صنایع برتری دارد. محصولات این بازار ناهمگن هستند، ضمن آنکه تعداد بنگاه‌های اقتصادی که به طور مستقیم درگیر این صنعت است، از نظر اندازه تولید و اشتغالزایی طیف بنگاه‌های کوچک تا بزرگ را در برمی‌گیرد. در نیمه اول دهه ۱۳۹۰ بالغ بر ۱۳ درصد کل ارزش افزوده صنعت مربوط به صنعت مواد غذایی و آشامیدنی بوده است. این در حالی است که ارزش ستانده (فروش) این صنعت نسبت به مجموع صنایع در مقطع زمانی مذکور بالغ بر ۱۷ درصد بوده است. این تفاوت نشان‌دهنده‌ی بالا بودن هزینه واسطه این صنعت است. نسبت هزینه‌های واسطه این صنعت نسبت به مجموع هزینه‌های واسطه کل صنایع حدود ۱۹ درصد است. ضمن آنکه حدود ۹۷ درصد صنعت مواد غذایی و آشامیدنی تحت مالکیت بخش خصوصی قرار دارد. همچنین بیش از ۶۵ درصد بنگاه‌های تحت مالکیت بخش خصوصی کوچک مقیاس (کمتر از ۱۰۰ نفر کارکن) است. اندازه بازارهای جهانی صنعت مواد غذایی و آشامیدنی طی سال‌های اخیر همواره بیش از ۵,۵ هزار میلیارد دلار بوده است. که در نمودار ۱ نشان داده شده است.



نمودار ۱- اندازه بازارهای جهانی صنعت مواد غذایی و آشامیدنی بر حسب میلیارد دلار



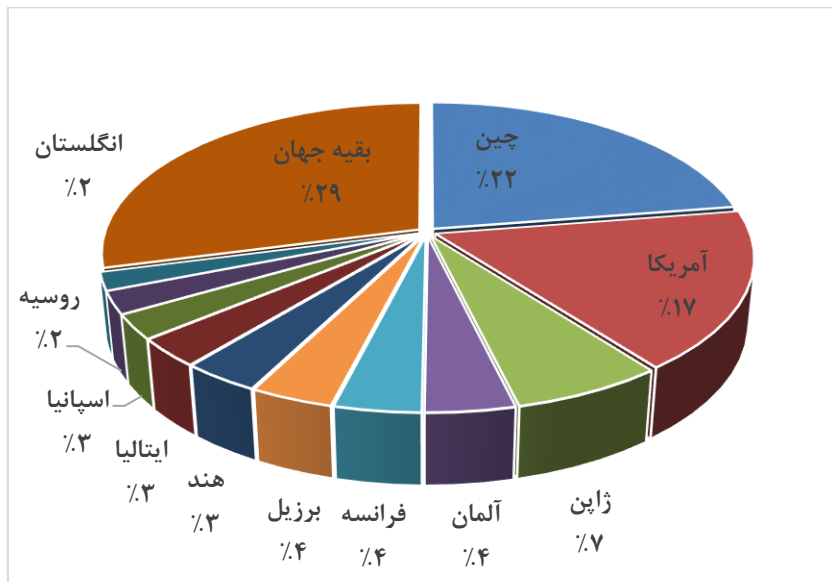
ماخذ: پرتال داده‌های آماری UNIDO

۳- بازار جهانی صنعت مواد غذایی و آشامیدنی

بازار صنعت مواد غذایی و آشامیدنی توسط تولیدات بنگاه‌های چین و آمریکا تامین می‌شود. سهم چین از تولید در بازارهای جهانی حدود ۲۲ درصد و سهم آمریکا ۱۷ درصد است. سهم ایران نیز از تولید جهانی صنعت مواد غذایی و آشامیدنی نیز کمتر از نیم درصد است. این در حالی است که سهم جمعیت چین، آمریکا و ایران از کل جمعیت جهان به ترتیب ۱۸,۳، ۴,۳ و ۱,۱ درصد است. در نمودار شماره ۲، سهم سایر کشورها مشخص شده است.



نمودار ۲- سهم کشورهای جهان از تولیدات صنعت مواد غذایی و آشامیدنی



ماخذ: پرتال داده‌های آماری UNIDO

چین، به عنوان بزرگترین تولیدکننده مواد غذایی و آشامیدنی در جهان قلمداد می‌گردد اما عمده تولیدات این کشور صرف تقاضای داخلی خود می‌شود.

۳-۱- وضعیت صادرات و واردات مواد غذایی

روند صادرات و واردات صنعت مواد غذایی در جهان نشان می‌دهد ارزش واردات طی سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۷ نسبت به ۲۰۱۶ در سطح پایین‌تری قرار گرفته است اما در سال ۲۰۱۸، میزان واردات از میزان واردات در سال ۲۰۱۴ نیز پیشی گرفته است. ارزش صادرات در سال‌های مذکور کم نشده است اما رشد آن ناچیز بوده است. تفاوت ارزش صادرات و واردات جهانی بدلیل متفاوت بودن استانداردها و رویه‌های ارزشگذاری نظام گمرکی و تجارت در کشورهای مختلف است. ضمن آنکه بدلیل مالیات یا مشوق‌های تجاری همواره کم‌اظهاری و بیش‌اظهاری در ارزشگذاری کالاهای تجاری صورت می‌گیرد. اما آخرین برآوردها نشان می‌دهد اندازه بازار صادراتی محصولات صنایع غذایی در سال ۲۰۱۸ بالغ بر ۱۰۰۰ میلیارد دلار بوده است که در جدول ۱ روند آن نشان داده شده است.



جدول ۱- روند صادرات و واردات جهانی صنعت مواد غذایی بر حسب میلیون دلار

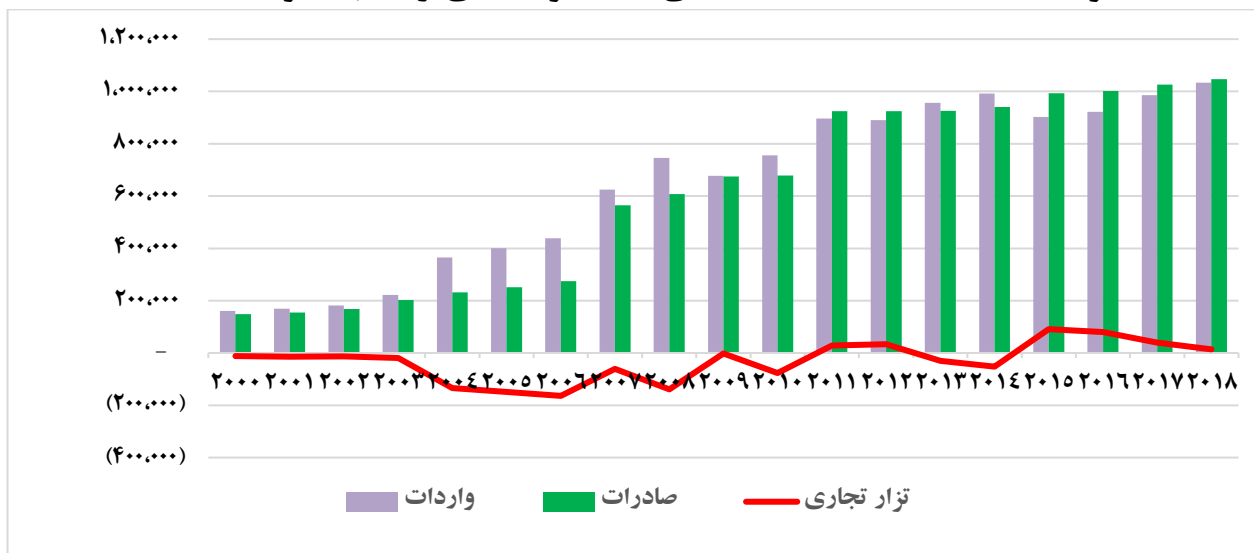
سال	واردات	صادرات	تراز تجاری
۲۰۰۰	۱۶۰,۱۷۳	۱۴۸,۶۶۴	(۱۱,۵۰۹)
۲۰۰۱	۱۶۹,۱۷۶	۱۵۴,۶۲۷	(۱۴,۵۴۹)
۲۰۰۲	۱۸۱,۱۸۳	۱۶۷,۶۴۵	(۱۳,۵۳۸)
۲۰۰۳	۲۲۲,۱۹۹	۲۰۲,۷۶۳	(۱۹,۴۳۶)
۲۰۰۴	۳۶۵,۱۱۵	۲۳۱,۱۹۷	(۱۳۳,۹۱۸)
۲۰۰۵	۴۰۰,۱۲۶	۲۵۱,۰۳۴	(۱۴۹,۰۹۲)
۲۰۰۶	۴۳۹,۱۴۲	۲۷۵,۰۷۸	(۱۶۴,۰۶۴)
۲۰۰۷	۶۲۵,۰۶۵	۵۶۴,۱۲۸	(۶۰,۹۳۷)
۲۰۰۸	۷۴۶,۰۸۸	۶۰۷,۱۴۶	(۱۳۸,۹۴۱)
۲۰۰۹	۶۷۷,۰۷۶	۶۷۵,۱۶۹	(۱,۹۰۷)
۲۰۱۰	۷۵۶,۰۸۹	۶۷۹,۱۵۶	(۷۶,۹۳۳)
۲۰۱۱	۸۹۶,۱۱۵	۹۲۴,۰۸۶	۲۷,۹۷۱
۲۰۱۲	۸۹۰,۱۲۰	۹۲۴,۰۸۷	۳۳,۹۶۷
۲۰۱۳	۹۵۶,۱۲۴	۹۲۶,۰۸۶	(۳۰,۰۳۸)
۲۰۱۴	۹۹۲,۱۲۷	۹۴۰,۰۸۷	(۵۲,۰۴۱)
۲۰۱۵	۹۰۲,۱۰۷	۹۹۳,۰۸۸	۹۰,۹۸۱
۲۰۱۶	۹۲۲,۱۰۴	۱,۰۰۲,۰۹۴	۷۹,۹۹۰
۲۰۱۷	۹۸۶,۱۱۰	۱,۰۲۶,۰۹۴	۳۹,۹۸۴
۲۰۱۸	۱,۰۳۳,۱۰۹	۱,۰۴۷,۰۹۴	۱۳,۹۸۵

ماخذ: <https://atlas.cid.harvard.edu>

روند کلی تراز تجارت جهانی صنعت مواد غذایی نشان می‌دهد که تا قبل از سال ۲۰۱۵، ارزش واردات بیش از ارزش صادرات ثبت شده است اما از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۸، ارزش صادرات از ارزش واردات بیشتر است.



نمودار ۳- روند صادرات و واردات جهانی صنعت مواد غذایی بر حسب میلیون دلار



ماخذ: <https://atlas.cid.harvard.edu>

در سال ۲۰۱۸، ایالات متحده آمریکا بیش از ۹ درصد بازارهای صادراتی محصولات غذایی را در اختیار داشته است. هلند، آلمان و چین با سهم بازاری بین ۵ الی ۶ درصد در رتبه بعدی قرار دارند. از منظر واردات نیز، آمریکا حدود ۹٫۵ درصد کل واردات جهانی را به خود اختصاص داده است. آلمان با سهم وارداتی ۶٫۶ درصدی در رتبه بعدی قرار دارد. رتبه سوم با سهم وارداتی ۵٫۲۲ متعلق به کشور چین است. در رتبه‌های بعدی کشورهای فرانسه، ژاپن، انگلستان و هلند با سهم بازاری نزدیک به هم (حدود ۴٫۴ الی ۴٫۵ درصد) قرار دارند. با توجه به وضعیت تراز تجاری کشورها در صنعت مواد غذایی، آمریکا، آلمان، چین و فرانسه هم جز صادرکنندگان برتر و هم واردکنندگان برتر محسوب می‌شوند. سهم بازاری هریک از آنها در بازارهای وارداتی و صادراتی نزدیک هم است.



جدول ۲- کشورهای برتر صادرکننده و واردکننده صنعت مواد غذایی در سال ۲۰۱۸ بر حسب میلیون دلار

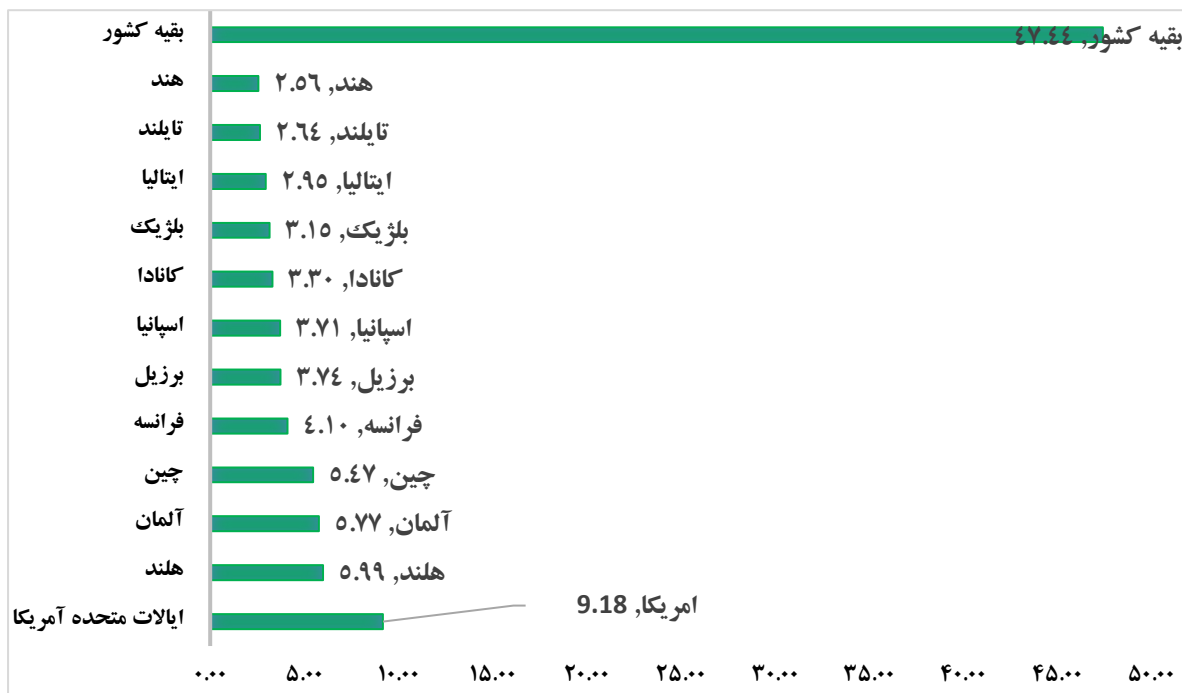
ردیف	کشور	صادرات	سهم از کل	کشور	واردات	سهم از کل
۱	ایالات متحده آمریکا	۱۰۴,۸۳۱	۹,۱۸	ایالات متحده آمریکا	۱۰۸,۰۷۲	۹,۴۷
۲	هلند	۶۸,۴۰۹	۵,۹۹	آلمان	۷۵,۴۰۸	۶,۶۰
۳	آلمان	۶۵,۸۴۷	۵,۷۷	چین	۵۹,۵۵۵	۵,۲۲
۴	چین	۶۲,۴۳۷	۵,۴۷	فرانسه	۵۱,۲۳۷	۴,۴۹
۵	فرانسه	۴۶,۸۲۶	۴,۱۰	ژاپن	۵۱,۱۵۳	۴,۴۸
۶	برزیل	۴۲,۶۹۳	۳,۷۴	انگلستان	۵۰,۶۰۵	۴,۴۳
۷	اسپانیا	۴۲,۳۴۴	۳,۷۱	هلند	۵۰,۲۳۷	۴,۴۰
۸	کانادا	۳۷,۷۲۳	۳,۳۰	ایتالیا	۳۷,۲۱۴	۳,۲۶
۹	بلژیک	۳۵,۹۳۸	۳,۱۵	کانادا	۳۱,۲۲۳	۲,۷۳
۱۰	ایتالیا	۳۳,۶۴۸	۲,۹۵	اسپانیا	۳۰,۲۳۵	۲,۶۵
۱۱	تایلند	۳۰,۱۱۲	۲,۶۴	بلژیک	۲۸,۶۸۰	۲,۵۱
۱۲	هند	۲۹,۲۶۸	۲,۵۶	کره جنوبی	۲۵,۵۰۲	۲,۲۳
۱۳	بقیه کشور	۱,۱۴۱,۷۰۷	۴۷,۴۴	بقیه کشور	۱,۱۴۱,۷۰۷	۴۷,۵۲

ماخذ: <https://atlas.cid.harvard.edu>

بازارهای صادراتی صنعت مواد غذایی متنوع هستند و کشورهای مختلف با توجه به دسترسی آنها به محصولات کشاورزی، دامپروری، تکنولوژی صنایع تبدیلی و تناسب تولید داخل با مصرف داخل، در بازارهای جهانی حضور دارند. (نمودار ۴)



نمودار ۴- صادرکنندگان برتر محصولات غذایی بر حسب سهم از کل جهان (درصد) در سال ۲۰۱۸

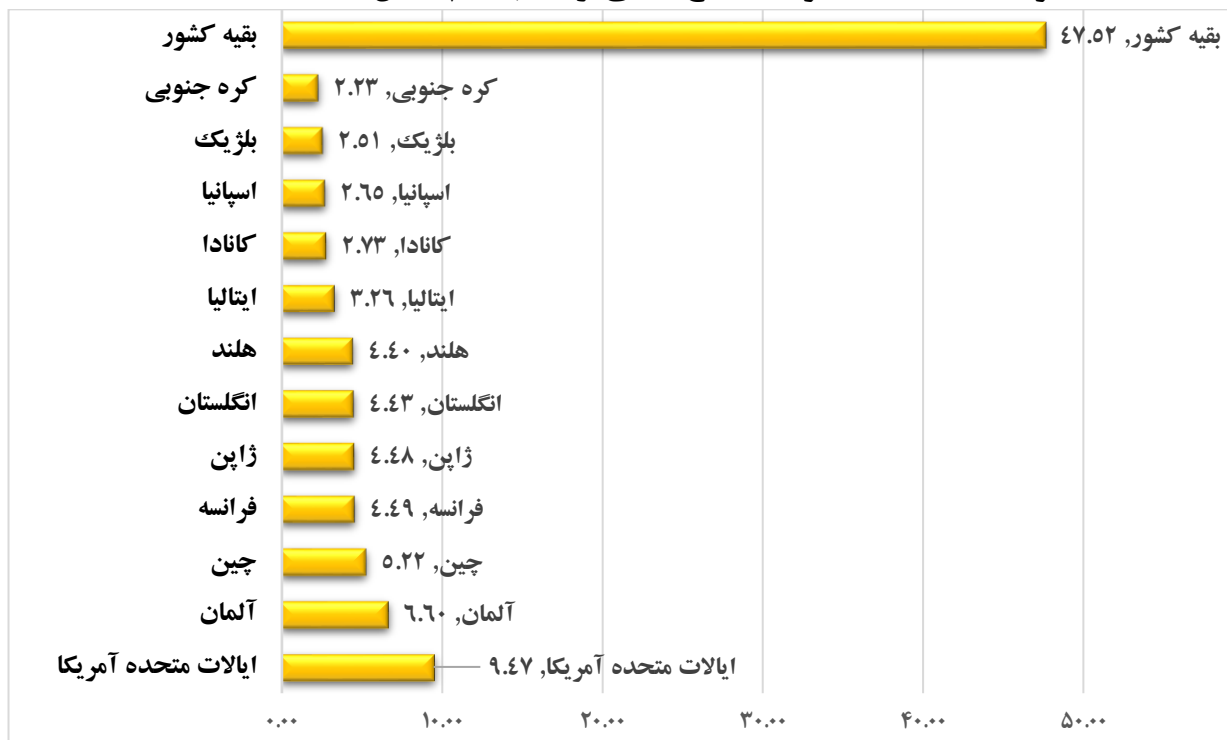


ماخذ: <https://atlas.cid.harvard.edu>

تنوع سلايق مصرف کنندگان، محل قرار گرفتن بنگاه‌ها در طول زنجيره تامين، صادرات مجدد و ... منجر شده است برخي از کشورهايي که خود صادرکننده اصلي محصولات صنعت مواد غذايي هستند به عنوان واردکننده اصلي نيز در بازارهاي جهاني حضور داشته باشند. (نمودار ۵)



نمودار ۵- واردات محصولات صنایع غذایی بر حسب سهم از کل جهان (درصد)



ماخذ: <https://atlas.cid.harvard.edu>

۳-۲- وضعیت صادرات و واردات آشامیدنی

در صنعت آشامیدنی نیز تجارت جهانی ناترازی دارد. به طوریکه ارزش واردات در عمده مواقع بیش از ارزش صادرات است. در سال‌های ۲۰۰۸، ۲۰۱۲، ۲۰۱۴ الی ۲۰۱۷ تراز تجاری مثبت است. اندازه بازار صادراتی محصولات آشامیدنی در سال ۲۰۱۸ حدود یک میلیارد دلار بوده است.



جدول ۳- روند صادرات و واردات جهانی صنعت آشامیدنی بر حسب میلیون دلار

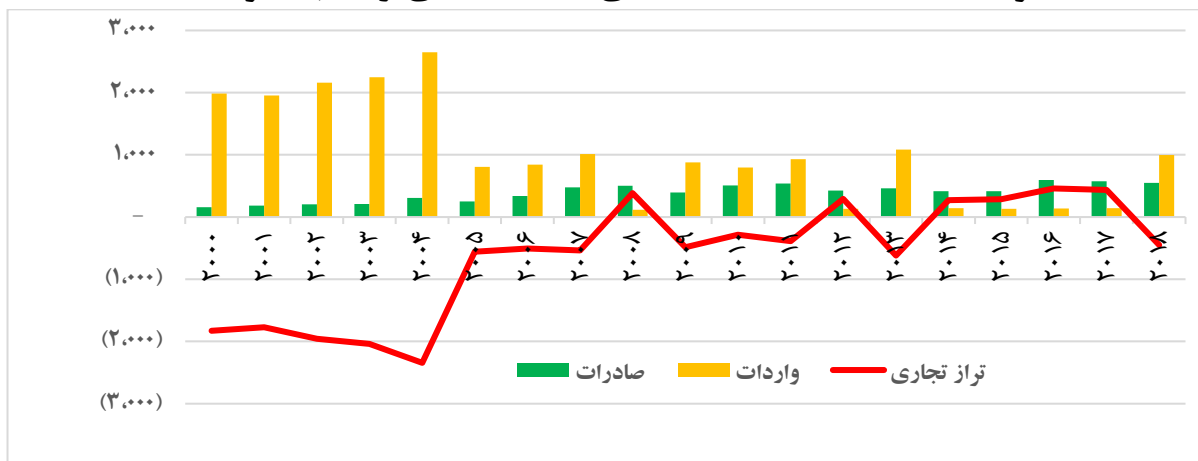
سال	صادرات	واردات	تراز تجاری
۲۰۰۰	۱۵۷	۱,۹۸۶	(۱,۸۲۹)
۲۰۰۱	۱۸۴	۱,۹۵۷	(۱,۷۷۳)
۲۰۰۲	۲۰۴	۲,۱۶۱	(۱,۹۵۷)
۲۰۰۳	۲۰۷	۲,۲۴۸	(۲,۰۴۱)
۲۰۰۴	۳۰۶	۲,۶۵۰	(۲,۳۴۴)
۲۰۰۵	۲۵۰	۸۰۶	(۵۵۶)
۲۰۰۶	۳۴۰	۸۴۵	(۵۰۵)
۲۰۰۷	۴۷۸	۱,۰۱۵	(۵۳۸)
۲۰۰۸	۵۰۲	۱۱۵	۳۸۷
۲۰۰۹	۳۹۶	۸۸۰	(۴۸۵)
۲۰۱۰	۵۱۰	۷۹۴	(۲۸۴)
۲۰۱۱	۵۴۱	۹۲۸	(۳۸۸)
۲۰۱۲	۴۲۷	۱۳۵	۲۹۳
۲۰۱۳	۴۶۲	۱,۰۸۳	(۶۲۰)
۲۰۱۴	۴۱۶	۱۴۲	۲۷۴
۲۰۱۵	۴۱۸	۱۳۳	۲۸۵
۲۰۱۶	۵۹۶	۱۳۷	۴۶۰
۲۰۱۷	۵۷۶	۱۴۲	۴۳۴
۲۰۱۸	۵۴۹	۹۹۹	(۴۴۹)

ماخذ: <https://atlas.cid.harvard.edu>

تا قبل از سال ۲۰۰۵، کسری تراز تجاری جهانی در صنعت آشامیدنی بسیار قابل توجه بوده است و حدود ۲ میلیون دلار هموار این کسری وجود داشته است. اما در سال ۲۰۰۵ و بعد از آن این کسری به طور قابل توجهی تعدیل شده است.



نمودار ۶- روند صادرات و واردات جهانی صنعت آشامیدنی بر حسب میلیون دلار



ماخذ: <https://atlas.cid.harvard.edu>

در جدول ۴، کشورهای برتر صادرکننده و واردکننده در صنعت آشامیدنی نشان داده شده است. ملاحظه می گردد در این بخش طی سال ۲۰۱۸، فرانسه با سهم بازاری بالغ ۱۲ درصدی از کل صادرات محصولات آشامیدنی در جهان رتبه نخست را دارا بوده است. در رتبه های بعدی کشورهای ایتالیا، آلمان و انگستان با سهم بازار صادراتی حدود ۶,۵ الی ۷,۴ قرار دارند. ایالات متحده امریکا نیز از بازارهای صادراتی محصولات آشامیدنی سهمی ۵,۱۷ درصدی داشته است. در مقابل، امریکا از بازار واردات جهانی محصولات آشامیدنی ۱۵,۶۷ درصد سهم داشته است و با اختلاف بسیار زیاد از کشورها در رتبه اول واردکننده محصولات آشامیدنی قرار گرفته است. کشور آلمان از بازارهای وارداتی محصولات آشامیدنی سهم ۶,۰۷ درصدی داشته و رتبه دوم را در جهان دارد. رتبه سوم متعلق به انگلیس با سهم بازار وارداتی ۵,۳۶ درصد است.



جدول ۴- کشورهای برتر صادرکننده و واردکننده در صنعت آشامیدنی بر حسب میلیون دلار

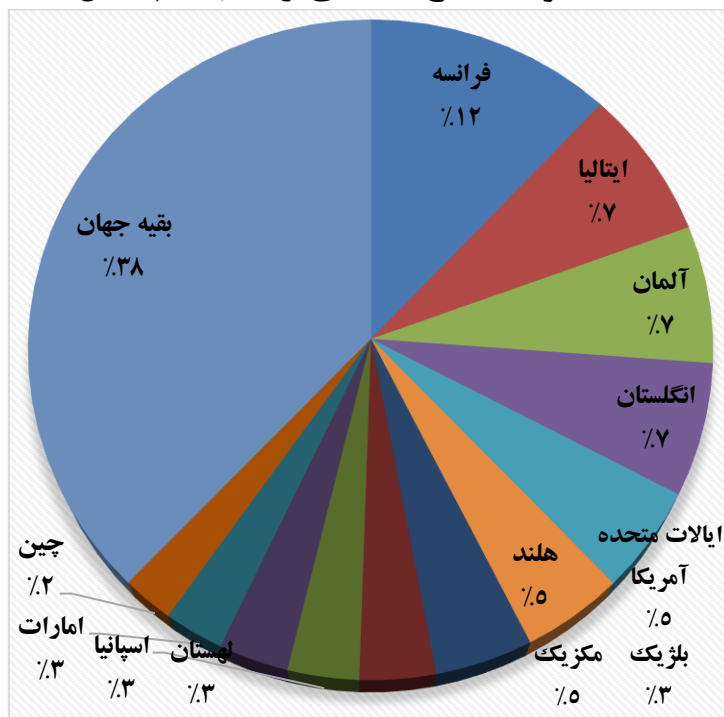
ردیف	نام کشور	صادرات	سهم از جهان	نام کشور	واردات	سهم از جهانی
۱	فرانسه	۱۸,۶۲۹	۱۲,۰۳	ایالات متحده آمریکا	۲۴,۲۵۹	۱۵,۶۷
۲	ایتالیا	۱۱,۴۵۶	۷,۴۰	آلمان	۹,۳۹۷	۶,۰۷
۳	آلمان	۱۰,۴۴۶	۶,۷۵	انگلستان	۸,۳۰۴	۵,۳۶
۴	انگلستان	۱۰,۱۰۰	۶,۵۲	چین	۶,۱۱۳	۳,۹۵
۵	ایالات متحده آمریکا	۸,۰۰۹	۵,۱۷	فرانسه	۶,۰۷۳	۳,۹۲
۶	هلند	۷,۲۷۱	۴,۷۰	هلند	۵,۳۵۳	۳,۴۶
۷	مکزیک	۶,۹۵۶	۴,۴۹	بلژیک	۵,۱۶۸	۳,۳۴
۸	بلژیک	۵,۳۸۹	۳,۴۸	کانادا	۵,۱۶۵	۳,۳۴
۹	اسپانیا	۵,۰۶۹	۳,۲۷	ژاپن	۵,۱۲۷	۳,۳۱
۱۰	لهستان	۴,۹۵۹	۳,۲۰	ایتالیا	۴,۵۷۵	۲,۹۵
۱۱	امارات متحده عربی	۴,۲۸۴	۲,۷۷	هنگ کنگ	۴,۲۵۴	۲,۷۵
۱۲	چین	۳,۶۹۳	۲,۳۸	اسپانیا	۳,۶۳۵	۲,۳۵
۱۳	بقیه جهان	۱۵۴,۸۵۹	۳۷,۸۴	بقیه جهان	۱۵۴,۸۵۹	۴۳,۵۵

ماخذ: <https://atlas.cid.harvard.edu>



در نمودار ۷ نشان داده شده است، کشورهای اروپایی و آمریکا بازیگران اصلی تجارت جهانی صنعت آشامیدنی هستند. این در حالی است که سهم جمعیت آنها از جهان نسبت به سهم قاره آسیا چندان قابل توجه نیست.

نمودار ۷- صادرات محصولات صنایع آشامیدنی بر حسب سهم از کل جهان (درصد)

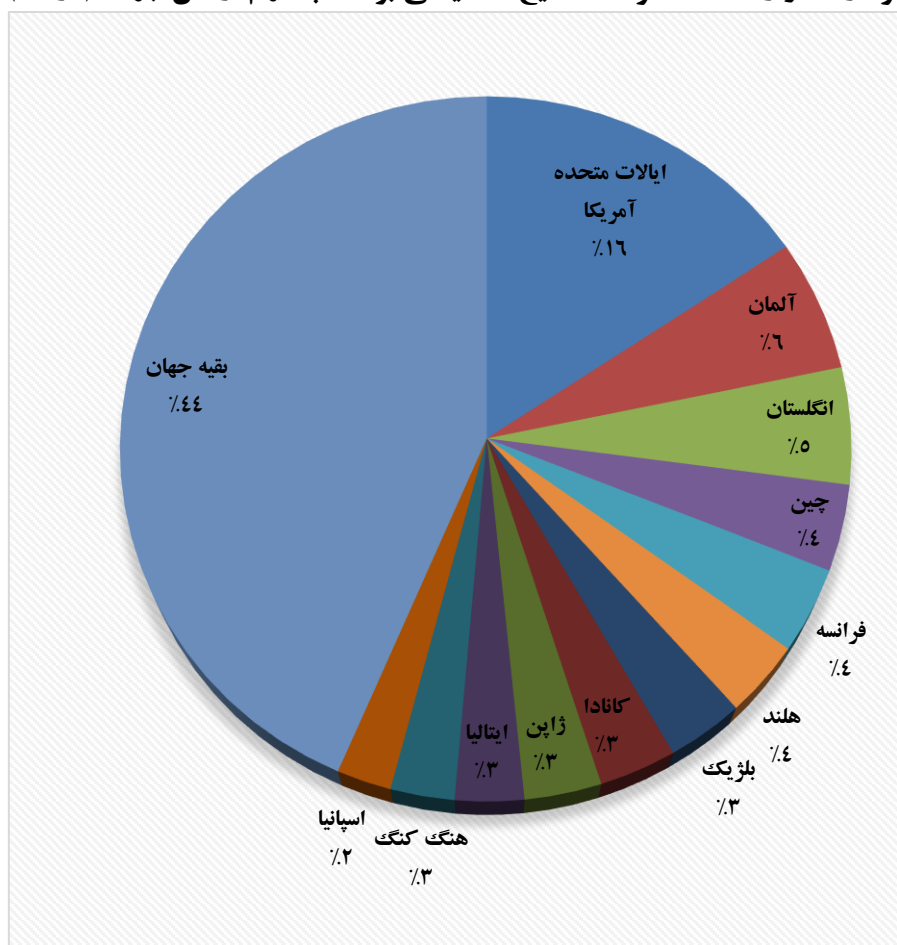


ماخذ: <https://atlas.cid.harvard.edu>



درجه تمرکز در صنعت آشامیدنی نسبت به صنعت مواد غذایی بیشتر است و کشورهای عمده واردکننده و صادرکننده در بازارهای جهانی محصولات آشامیدنی در مقایسه با بازارهای جهانی محصولات غذایی سهم بیشتری دارند.

نمودار ۸- واردات محصولات صنایع آشامیدنی بر حسب سهم از کل جهان (درصد)



ماخذ: <https://atlas.cid.harvard.edu>

۴- بازار داخلی صنعت مواد غذایی و آشامیدنی

در ایران بالغ بر ۵۰۸۴ کارگاه صنعتی غذایی و آشامیدنی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر فعال هستند. در بیانی دیگر، بالغ بر ۱۶ درصد کل کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن به بالای کل کشور در صنعت مواد غذایی و آشامیدنی فعالیت دارند. سهم ارزش افزوده این بنگاه‌ها از کل ارزش افزوده صنعت در حدود ۱۰ درصد است.

ارزش کل تولیدات صنعت مواد غذایی و نوشیدنی ایران در سال ۲۰۱۸ برابر با ۲۵ میلیارد دلار بود که حدود ۲,۰۸ میلیارد دلار آن صادر و بقیه در داخل کشور عرضه شده است. همچنین حجم واردات محصولات غذایی و آشامیدنی به کشور در سال ۲۰۱۸ حدود ۷,۹۳ میلیارد دلار بود. در نتیجه میزان مصرف داخلی محصولات غذایی و آشامیدنی در ایران حدود ۳۰ میلیارد دلار است. بر همین اساس، حجم تقاضای کل محصولات غذایی و آشامیدنی بیش از تولید داخل است و به طور خالص ایران یک واردکننده محصولات غذایی و آشامیدنی است.

جدول ۵- نسبت تولید، مصرف و تجارت کشور ایران در ارتباط با محصولات غذایی و آشامیدنی در سال ۲۰۱۸

متغیر	نسبت
مصرف به تولید	۱۲۳٪
واردات به مصرف	۲۶٪
صادرات به تولید	۸٪

ماخذ: محاسبات گزارش، UN Comtrade و globaledge.msu.edu

صادرات مواد غذایی از ایران به بازارهای جهانی همواره با نوسان مواجه بوده است. با این وجود، میانگین صادرات در دهه ۲۰۱۰ نسبت به دهه ۲۰۰۰ رشد داشته است. در عرصه واردات روند رشد شدیدتر بوده است به طوریکه از سال ۲۰۰۷ واردات به طور قابل ملاحظه‌ای نسبت به صادرات افزایش داشته است. در کل تراز تجاری محصولات غذایی برای اقتصادی ایران منفی است. کسری تجاری محصولات غذایی ایران از ۷۸۶ میلیون دلار در سال ۲۰۰۰ به ۴۸۰۰ میلیون دلار در سال ۲۰۱۸ رسیده است. یعنی طی ۱۸ سال کسری تراز تجاری محصولات مواد غذایی بیش از ۶ برابر رشد داشته است.



جدول ۶- وضعیت صادرات و واردات و تراز تجاری صنعت مواد غذایی ایران طی دوره زمانی ۲۰۰۰-۲۰۱۸
(میلیون دلار)

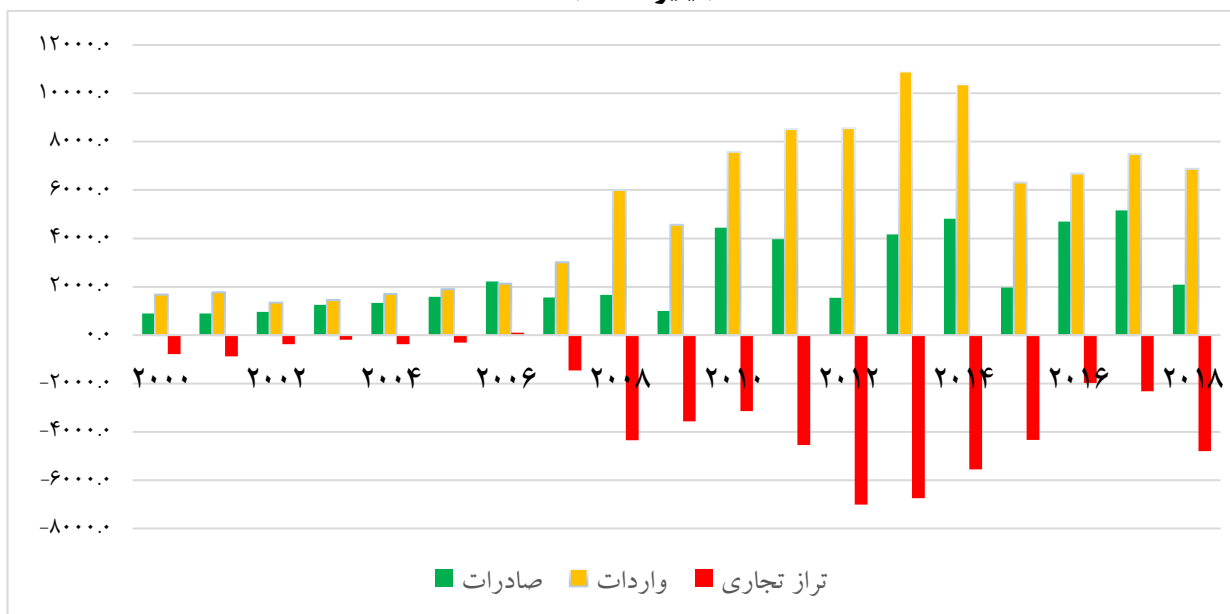
سال	صادرات	واردات	تراز تجاری	سال	صادرات	واردات	تراز تجاری
۲۰۰۰	۸۹۱,۶	۱۶۷۸,۰	-۷۸۶,۳	۲۰۱۰	۴۴۴۶,۹	۷۵۸۵,۳	-۳۱۳۸,۴
۲۰۰۱	۸۸۹,۲	۱۷۷۳,۱	-۸۸۳,۹	۲۰۱۱	۳۹۷۰,۸	۸۵۲۴,۶	-۴۵۵۳,۹
۲۰۰۲	۹۶۵,۶	۱۳۴۲,۸	-۳۷۷,۲	۲۰۱۲	۱۵۴۵,۶	۸۵۵۷,۰	-۷۰۱۱,۵
۲۰۰۳	۱۲۵۳,۷	۱۴۴۹,۰	-۱۹۵,۳	۲۰۱۳	۴۱۵۹,۱	۱۰۹۱۱,۷	-۶۷۵۲,۶
۲۰۰۴	۱۳۲۸,۰	۱۷۰۱,۰	-۳۷۳,۰	۲۰۱۴	۴۸۱۳,۵	۱۰۳۷۴,۵	-۵۵۶۱,۰
۲۰۰۵	۱۵۸۴,۰	۱۸۹۶,۸	-۳۱۲,۸	۲۰۱۵	۱۹۶۷,۲	۶۳۰۵,۰	-۴۳۳۷,۸
۲۰۰۶	۲۲۲۲,۷	۲۱۲۷,۸	۹۴,۹	۲۰۱۶	۴۶۹۵,۲	۶۶۷۵,۷	-۱۹۸۰,۵
۲۰۰۷	۱۵۵۱,۰	۳۰۱۸,۷	-۱۴۶۷,۷	۲۰۱۷	۵۱۵۶,۴	۷۴۸۳,۸	-۲۳۲۷,۴
۲۰۰۸	۱۶۶۰,۰	۶۰۱۰,۰	-۴۳۵۰,۰	۲۰۱۸	۲۰۸۴,۵	۶۸۸۴,۳	-۴۷۹۹,۸
۲۰۰۹	۹۹۵,۱	۴۵۶۳,۰	-۳۵۶۸,۰				

ماخذ: پایگاه داده UN Comtrade و <https://atlas.cid.harvard.edu>

کسری تراز تجاری محصولات غذایی در ایران در سال ۲۰۱۲ با رقم ۷۰۱۱ میلیون دلار به اوج خود رسیده است. سپس کسری تجاری روند کاهشی داشته است و در سال ۲۰۱۶ به زیر ۲۰۰۰ میلیون دلار رسیده است. اما در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸، کسری تراز تجاری روند افزایشی به خود گرفته است.



نمودار ۹- وضعیت صادرات و واردات و تراز تجاری صنعت مواد غذایی ایران طی دوره زمانی ۲۰۰۰-۲۰۱۸ (میلیون دلار)



ماخذ: پایگاه داده UN Comtrade و <https://atlas.cid.harvard.edu>

بازارهای اصلی صادراتی ایران در سال ۲۰۱۸ شامل روسیه، امارات متحده عربی، کویت، قطر و آلمان بود. این ۵ کشور حدود ۵۱ درصد بازارهای صادراتی صنعت مواد غذایی کشور ایران را به خود اختصاص داده‌اند. در حوزه واردات مواد غذایی نیز ۵ کشور برزیل، هند، امارات متحده عربی، روسیه و آرژانتین بیش از ۷۳ درصد بازار واردات مواد غذایی ایران را در اختیار دارند.



جدول ۷- شرکای عمده تجاری ایران در محصولات غذایی در سال ۲۰۱۸

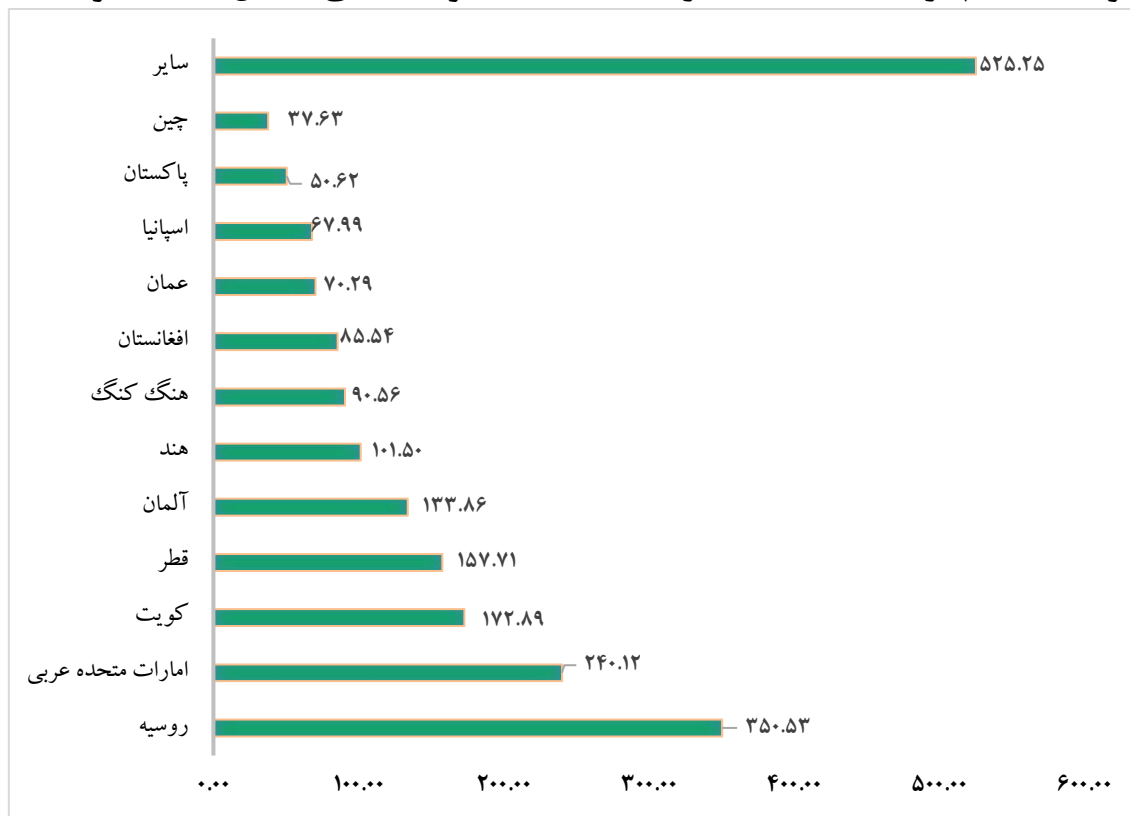
ردیف	نام کشور	صادرات	سهم از کل	نام کشور	واردات	سهم از کل
۱	روسیه	۳۵۰,۵۳	۱۶,۸۲	برزیل	۱۶۵۱,۸۰	۲۳,۹۹
۲	امارات متحده عربی	۲۴۰,۱۲	۱۱,۵۲	هند	۱۵۰۲,۱۶	۲۱,۸۲
۳	کویت	۱۷۲,۸۹	۸,۲۹	امارات متحده عربی	۹۶۹,۹۹	۱۴,۰۹
۴	قطر	۱۵۷,۷۱	۷,۵۷	روسیه	۵۶۴,۲۰	۸,۲۰
۵	آلمان	۱۳۳,۸۶	۶,۴۲	آرژانتین	۳۵۶,۵۶	۵,۱۸
۶	هند	۱۰۱,۵۰	۴,۸۷	قزاقستان	۳۰۶,۲۷	۴,۴۵
۷	هنگ کنگ	۹۰,۵۶	۴,۳۴	اوکراین	۲۲۷,۸۶	۳,۳۱
۸	افغانستان	۸۵,۵۴	۴,۱۰	چین	۱۳۹,۷۵	۲,۰۳
۹	عمان	۷۰,۲۹	۳,۳۷	ترکیه	۱۲۴,۷۶	۱,۸۱
۱۰	اسپانیا	۶۷,۹۹	۳,۲۶	اندونزی	۱۱۸,۲۹	۱,۷۲
۱۱	پاکستان	۵۰,۶۲	۲,۴۳	نیوزلند	۸۹,۵۹	۱,۳۰
۱۲	چین	۳۷,۶۳	۱,۸۱	آلمان	۷۱,۷۹	۱,۰۴
۱۳	سایر	۵۲۵,۲۵	۲۵,۲۰	سایر	۷۶۱,۲۷	۱۱,۱
۱۴	جمع	۲۰۸۴,۴۹	۱۰۰,۰۰	جمع	۶۸۸۴,۳	۱۰۰,۰

ماخذ: پایگاه داده UN Comtrade و <https://atlas.cid.harvard.edu>



روسیه بزرگترین بازار صادراتی محصولات غذایی ایران است، ارزش این بازار در سال ۲۰۱۸ بیش از ۳۵۰ میلیون دلار است. بازار دوم صادراتی ایران امارات به ارزش بازاری ۲۴۰ میلیون دلار است. ارزش بازارهای صادراتی دیگر کشورها کمتر از ۹ میلیون دلار در سال است.

نمودار ۱۰- سهم شرکای عمده تجاری ایران از صادرات محصولات غذایی در سال ۲۰۱۸ (میلیون دلار)

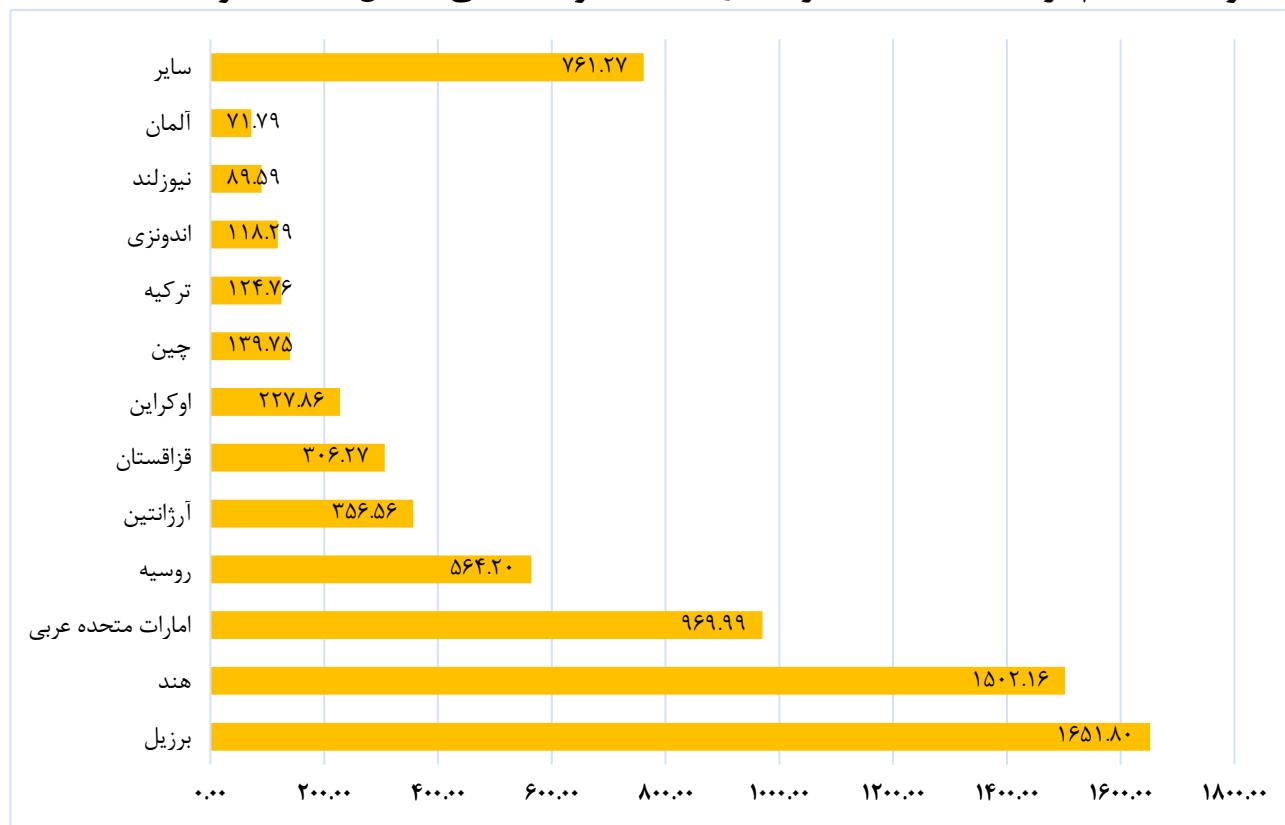


ماخذ: پایگاه داده UN Comtrade و <https://atlas.cid.harvard.edu>



برزیل بیشترین سهم را از بازارهای واردات محصولات غذایی در ایران دارد. سهم بازار وارداتی ایران از برزیل حدود ۲۴ درصد و به ارزش ۱۶۵۲ میلیون دلار در سال ۲۰۱۸ بود. کشور هند نیز با ارزش بازاری ۱۵۰۲ در جایگاه دوم قرار گرفته است. امارت با وجود همجواری با ایران در رتبه سوم با ارزش بازاری ۹۷۰ میلیون دلار قرار دارد. کشور روسیه نیز دیگر شریک تجاری بزرگ ایران در عرصه واردات محصولات غذایی است. ارزش واردات از روسیه در سال ۲۰۱۸ برابر با ۵۶۴ میلیون دلار بود. سهم سایر کشورها از بازار ایران کمتر از ۴۰۰ میلیون دلار است.

نمودار ۱۱- سهم شرکای عمده تجاری ایران از واردات محصولات غذایی در سال ۲۰۱۸ (میلیون دلار)



ماخذ: پایگاه داده UN Comtrade و <https://atlas.cid.harvard.edu>



تراز تجاری محصولات آشامیدنی در ایران همواره منفی بوده است. کسری تجاری محصولات آشامیدنی در ایران در سال ۲۰۰۰ برابر با ۲۶ میلیون دلار بوده است که در سال ۲۰۱۸ به ۱۰۴۱ میلیون دلار رسیده است. به عبارت بهتر کسری تجاری ایران در محصولات آشامیدنی طی ۱۸ سال بیش از ۴۰ برابر شده است.

جدول ۸- وضعیت صادرات و واردات و تراز تجاری صنعت آشامیدنی ایران طی دوره زمانی ۲۰۱۸-۲۰۰۰
(میلیون دلار)

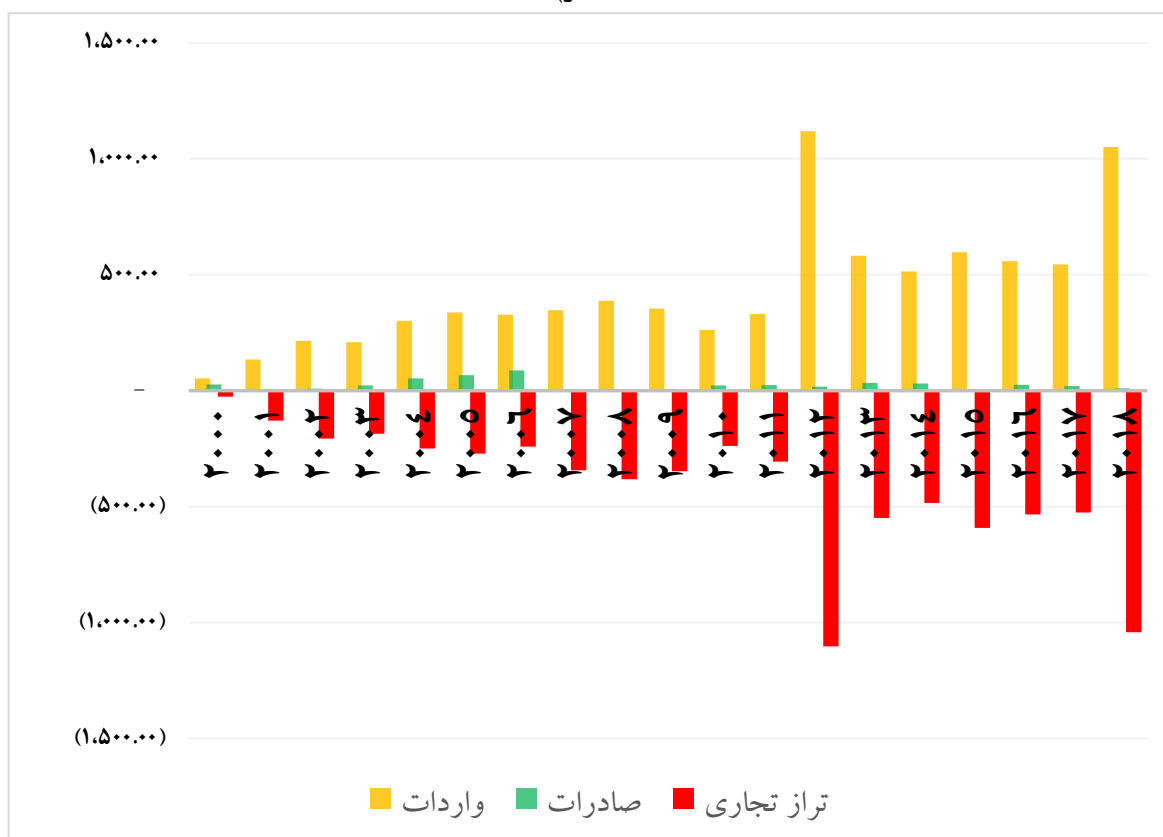
سال	واردات	صادرات	تراز تجاری	سال	واردات	صادرات	تراز تجاری
۲۰۰۰	۵۲,۵۷	۲۶,۶۱	-۲۵,۹۷	۲۰۱۰	۲۶۱,۱۴	۲۲,۸۱	-۲۳۸,۳۳
۲۰۰۱	۱۳۵,۱۳	۶,۷۳	-۱۲۸,۴۰	۲۰۱۱	۳۳۰,۲۴	۲۴,۵۳	-۳۰۵,۷۱
۲۰۰۲	۲۱۴,۹۳	۸,۷۱	-۲۰۶,۲۲	۲۰۱۲	۱,۱۱۹,۱۹	۱۶,۸۷	-۱۱۰۲,۳۲
۲۰۰۳	۲۰۹,۲۹	۲۳,۰۶	-۱۸۶,۲۳	۲۰۱۳	۵۸۲,۶۷	۳۴,۳۸	-۵۴۸,۲۹
۲۰۰۴	۳۰۲,۲۲	۵۲,۸۳	-۲۴۹,۳۸	۲۰۱۴	۵۱۴,۸۲	۳۱,۳۷	-۴۸۳,۴۵
۲۰۰۵	۳۳۷,۸۳	۶۶,۷۵	-۲۷۱,۰۸	۲۰۱۵	۵۹۷,۴۱	۶,۰۹	-۵۹۱,۳۲
۲۰۰۶	۳۲۸,۳۶	۸۷,۴۰	-۲۴۰,۹۶	۲۰۱۶	۵۵۸,۲۶	۲۵,۰۶	-۵۳۳,۲۱
۲۰۰۷	۳۴۷,۶۰	۴,۲۵	-۳۴۳,۳۵	۲۰۱۷	۵۴۵,۲۰	۲۰,۰۰	-۵۲۵,۲۰
۲۰۰۸	۳۸۷,۷۶	۵,۸۵	-۳۸۱,۹۱	۲۰۱۸	۱,۰۵۱,۸۸	۱۰,۵۲	-۱,۰۴۱,۳۶
۲۰۰۹	۳۵۳,۹۳	۷,۳۳	-۳۴۶,۶۰				

ماخذ: پایگاه داده UN Comtrade و <https://atlas.cid.harvard.edu>



متوسط کسری تجاری محصولات آشامیدنی در دهه ۲۰۱۰ بیش از ۲ برابر آن در دهه ۲۰۰۰ است. بررسی روند صادرات نشان می‌دهد که صادرات رشد چندانی نداشته است اما در مقابل واردات، جهش قابل ملاحظه‌ای طی ۱۸ سال داشته است.

نمودار ۱۲- وضعیت صادرات و واردات و تراز تجاری صنعت آشامیدنی ایران طی دوره زمانی ۲۰۱۸-۲۰۰۰ (میلیون دلار)



ماخذ: پایگاه داده UN Comtrade و <https://atlas.cid.harvard.edu>



در سال ۲۰۱۸، کل ارزش صادرات محصولات آشامیدنی کشور زیر ۱۰،۵۲ میلیون دلار و کل ارزش واردات حدود ۱۰۵۲ میلیون دلار بوده است. صنعت آشامیدنی بیش از ۷۸ درصد صادرات به ۵ کشور عمان، گرجستان، آذربایجان، روسیه و امارات متحده عربی صورت می گیرد. همچنین حدود ۹۷ درصد واردات محصولات آشامیدنی نیز از مبدا کشورهای امارات متحده عربی، عمان، ترکیه، آلمان و چین بوده است.

جدول ۹- شرکای عمده تجاری ایران در محصولات آشامیدنی در سال ۲۰۱۸

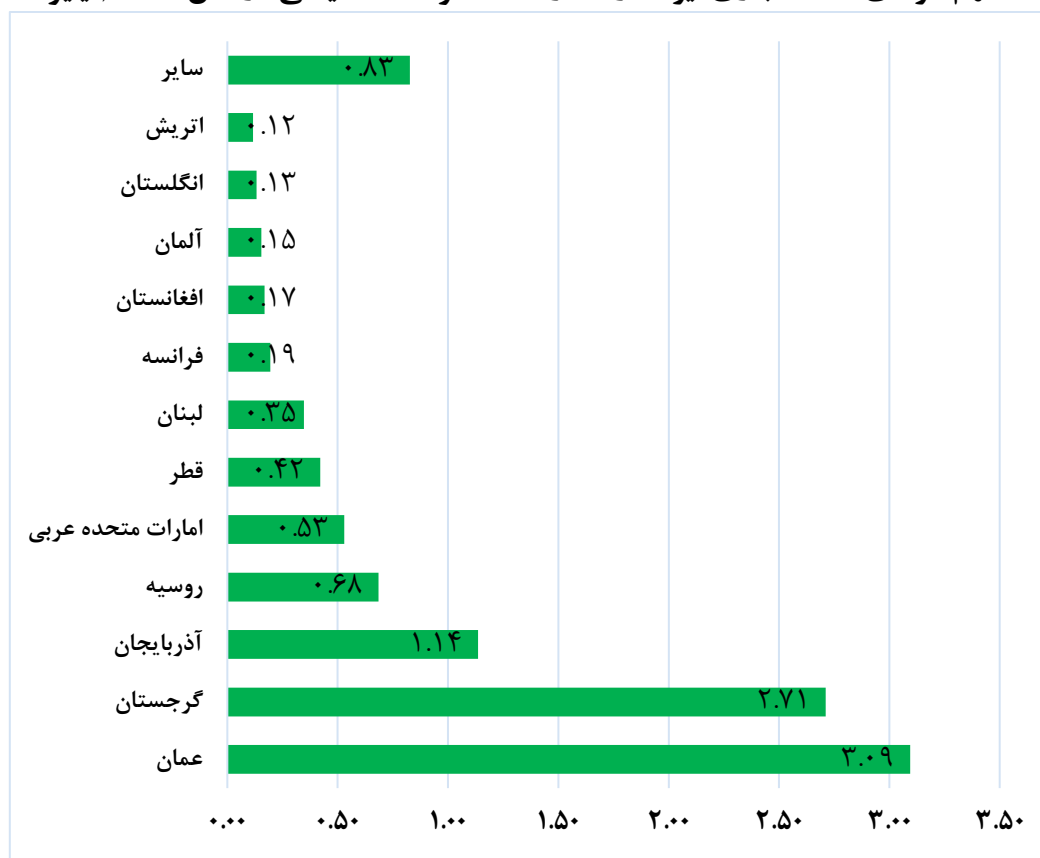
ردیف	نام کشور	صادرات	سهم از کل	نام کشور	واردات	سهم از کل
۱	عمان	۳,۰۹	۲۹,۴۱	امارات متحده عربی	۵۰۸,۴۲	۴۸,۳۳
۲	گرجستان	۲,۷۱	۲۵,۷۸	عمان	۳۵۸,۹۱	۳۴,۱۲
۳	آذربایجان	۱,۱۴	۱۰,۸۰	ترکیه	۹۷,۳۶	۹,۲۶
۴	روسیه	۰,۶۸	۶,۵۱	آلمان	۴۲,۸۱	۴,۰۷
۵	امارات متحده عربی	۰,۵۳	۵,۰۴	چین	۱۰,۹۷	۱,۰۴
۶	قطر	۰,۴۲	۴,۰۱	بلژیک	۵,۲۳	۰,۵۰
۷	لبنان	۰,۳۵	۳,۳۰	تایلند	۳,۴۶	۰,۳۳
۸	فرانسه	۰,۱۹	۱,۸۵	کره جنوبی	۲,۸۵	۰,۲۷
۹	افغانستان	۰,۱۷	۱,۶۱	کرواسی	۲,۶۸	۰,۲۵
۱۰	آلمان	۰,۱۵	۱,۴۶	برزیل	۲,۴۱	۰,۲۳
۱۱	انگلستان	۰,۱۳	۱,۲۵	کویت	۲,۳۴	۰,۲۲
۱۲	اتریش	۰,۱۲	۱,۱۱	آفریقای جنوبی	۲,۱۷	۰,۲۱
۱۳	سایر	۰,۸۳	۷,۸۶	سایر	۱۲,۲۶	۱,۱۷
۱۳	جمع	۱۰,۵۲	۱۰۰,۰۰	جمع	۱۰۵۱,۹	۱,۱۷

ماخذ: پایگاه داده UN Comtrade و <https://atlas.cid.harvard.edu>



در سال ۲۰۱۸، کشور عمان بزرگترین بازار صادراتی ایران در محصولات آشامیدنی بود. ارزش بازار این کشور برای صنعت آشامیدنی ایران برابر ۳،۰۹ میلیون دلار است. در رتبه بعدی کشور گرجستان و آذربایجان به ترتیب با ارزش بازار به اندازه ۲،۷۱ و ۱،۱۴ میلیون دلار قرار دارند.

نمودار ۱۳- سهم شرکای عمده تجاری ایران از صادرات محصولات آشامیدنی در سال ۲۰۱۸ (میلیون دلار)

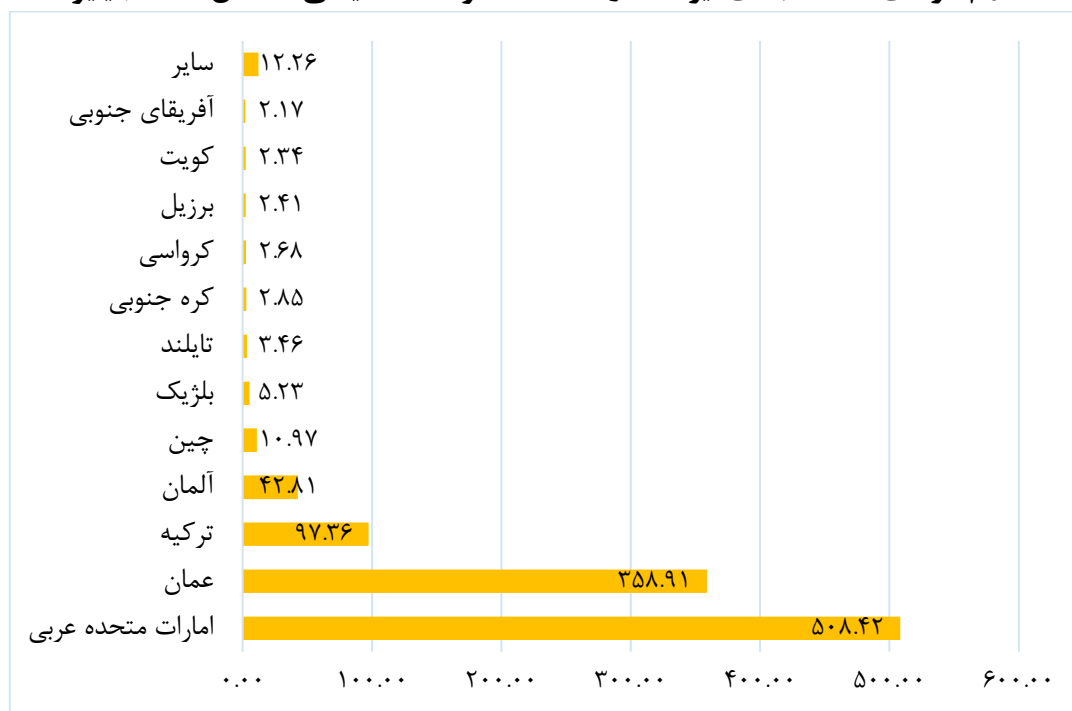


ماخذ: پایگاه داده UN Comtrade و <https://atlas.cid.harvard.edu>



در سال ۲۰۱۸، عمده محصولات آشامیدنی از مبداء امارات و عمان وارد کشور شده‌اند. سهم این دو کشور از بازار ایران به ترتیب حدود ۵۰۸ و ۳۵۹ میلیون دلار بود. کشور ترکیه، آلمان و چین به ترتیب با ارزش بازار حدود ۹۷، ۴۳ و ۱۱ میلیون دلار در رتبه‌های بعدی قرار دارند. سهم سایر کشورها از بازار وارداتی ایران کمتر از ۶ میلیون دلار است.

نمودار ۱۴- سهم شرکای عمده تجاری ایران از واردات محصولات آشامیدنی در سال ۲۰۱۸ (میلیون دلار)



ماخذ: پایگاه داده UN Comtrade و <https://atlas.cid.harvard.edu>



۵- تحلیل مالی اهم بنگاه‌های صنعت مواد غذایی و آشامیدنی‌ها

شرکت‌های فعال در صنایع غذایی و آشامیدنی سال‌هاست که در بازار بورس اوراق بهادار حضور دارند. وضعیت مالی اهم شرکت‌های صنعت غذایی لبنی، شیرینی جات، سایر محصولات غذایی و آشامیدنی پذیرفته شده در بورس، در جدول ۱۰ ارائه شده است.



جدول ۱۰- اهم نسبت های مالی شرکت های مهم فعال صنعت غذایی در بورس اوراق بهادار ۱۳۹۸

شرکت های لبنی-در یک سال منتهی به ۱۳۹۸						
نسبت های مالی	غشاذر	غشصفا	غشان	غالب	غفارس	غپاک
حاشیه سود ناخالص	۱۰,۳۲٪	۸,۸٪	۱۱,۶۳٪	۱۹,۱۹٪	۳,۰۵٪	۱۳,۳۸٪
حاشیه سود خالص	۳,۳۸٪	۴,۴۱٪	۵,۴۹٪	۴,۹۹٪	-۴,۱۵٪	-۴,۵٪
بازده دارایی ها	۷,۸۵٪	۱۷,۷۷٪	۱۳,۲۵٪	۳,۹٪	-۱۱,۶۵٪	-۷,۲۹٪
بازده حقوق صاحبان سهام	۱۸,۵۱٪	۶۳,۷۸٪	۴۶,۶۱٪	۸,۶۲٪	-۶۲,۵٪	-۳۰,۲٪
گردش دارایی های ثابت	۵,۷۵	۱۷,۸۲	۲۰,۱	۳,۸۷	۲۱,۸	۴,۳
نسبت بدهی	۱۹,۳۵٪	۸,۰۱٪	۱۰,۸۱٪	۳۸,۴۶٪	۲۱,۱۹٪	۳۹,۰۸٪
نسبت پوشش هزینه بهره	۳,۶۷	۱۲,۵۱	۹,۹۱	۱,۱۱	-	۰,۰۹
نسبت وجه نقد عملیاتی به جمع بدهی ها	۰,۱	۰,۳۸	۰,۱۴	-۰,۰۸	۰,۱۲	۰,۱
شرکت های شیرینی جات-یک سال منتهی به ۱۳۹۸						
نسبت های مالی	غصینو	غویتا	غینو	غسال	غگرچی	غمینو
حاشیه سود ناخالص	۳۴,۰۹٪	۳۶,۸۵٪	۳۱,۱۴٪	۲۰,۲۷٪	۲۰,۷۵٪	۲۳,۶۷٪
حاشیه سود خالص	۳۷,۸۵٪	۲۲,۹۶٪	۲۳,۱۸٪	۱۳,۸۳٪	۲۵,۷۶٪	۲۰,۳٪
بازده دارایی ها	۴۳,۸۹٪	۳۰,۳۳٪	۲۳,۶۸٪	۱۶,۴۲٪	۵۲,۷۵٪	۳۲,۱٪
بازده حقوق صاحبان سهام	۷۰,۵۴٪	۷۴,۷۴٪	۳۴,۷۳٪	۲۳,۱۴٪	۱۰۰,۱۷٪	۶۳,۶۲٪
گردش دارایی های ثابت	۴,۶۶	۲,۳۲	۲,۸۲	۱,۹۴	۶,۷۱	۶,۲۱
نسبت بدهی	۵,۶۳٪	۲۷,۵۶٪	۵,۱۲٪	۰,۵۴٪	۱۲,۶۸٪	۵,۵۱٪
نسبت پوشش هزینه بهره	۲۳,۲	۵,۴۸	۲۶,۱۷	۱۴,۱۷	۱۰,۱۲	۳۴,۰۲
نسبت وجه نقد عملیاتی به جمع بدهی ها	۰,۷۶	۰,۴۹	۰,۰۷	۰,۳۴	۰,۳	۰,۲
شرکت های سایر محصولات غذایی-یک سال منتهی به ۱۳۹۸						
نسبت های مالی	غدام	غگل	غچین	غشهداب	غپونه	تبرک
حاشیه سود ناخالص	۱۸,۷۳٪	۲۲,۸۷٪	۱۴,۴۳٪	۲۱,۴٪	۲۲,۷۲٪	-
حاشیه سود خالص	-۲۱,۶۴٪	۱۵,۱۲٪	۳۲,۴۱٪	۴۰,۶۴٪	۱۶,۰۷٪	۸۷,۲۸٪
بازده دارایی ها	-۱۴,۳۹٪	۲۸,۵۱٪	۵۶,۴۴٪	۳۲,۱۷٪	۱۸,۴۹٪	۲۳,۰۴٪
بازده حقوق صاحبان سهام	-۲۳,۰۲٪	۱۲۵,۹۵٪	۱۰۲,۴۴٪	۵۲,۴٪	۲۹,۹۳٪	۳۰,۷۵٪
گردش دارایی های ثابت	۲,۷۳	۳,۳۴	۶,۳	۶,۸۸	۳,۵۵	۱۲,۷۱
نسبت بدهی	۹,۹٪	۳۷,۳۶٪	۰	۶,۵۴٪	۲۳,۰۵٪	۰
نسبت پوشش هزینه بهره	-	۶,۲۱	-	۱۹,۱۵	۲۰,۸۴	-
نسبت وجه نقد عملیاتی به جمع بدهی ها	۰,۴۶	۰,۴۴	۰,۳۴	-۰,۴۴	۰,۱۸	-
آشامیدنی ها-یک سال منتهی به ۱۳۹۸						
نسبت های مالی	غدیس	غبنوش				
حاشیه سود ناخالص	۳۲,۴۹٪	۳۳٪				
حاشیه سود خالص	۱۲,۸۴٪	۱,۸۹٪				
بازده دارایی ها	۱۹,۷۸٪	۲,۴۲٪				
بازده حقوق صاحبان سهام	۷۸,۹۴٪	۲۳,۱۴٪				
گردش دارایی های ثابت	۵,۵۴	۳,۴۲				
نسبت بدهی	۵۳,۱۹٪	۴۴,۲۵٪				
نسبت پوشش هزینه بهره	۳,۰۷	۱,۲۹				
نسبت وجه نقد عملیاتی به جمع بدهی ها	۰,۱۲	۰,۱۴				

ماخذ: سامانه اطلاع رسانی ناشران کدال



بررسی وضعیت مالی شرکت‌های مذکور در جدول ۱۱، با توجه به کیفیت سودآوری، قدرت سودآوری، بدهی - های شرکت‌ها و نسبت آن با میزان دارایی‌های آن‌ها حاکی از این است که برخی از شرکت‌ها بدهی‌های زیادی دارند و میزان سوددهی آن‌ها مطلوب و متعادل نیست. با توجه به معیارهای کلی شبکه بانکی جهت اعطای تسهیلات، از بین شرکت‌های جدول ۱۰، ۷ شرکت از شرایط مناسب برای دریافت تسهیلات از شبکه بانکی برخوردار هستند. این ۷ شرکت در جدول ۱۱ بر اساس معیارهای کلی شبکه بانکی جهت دریافت تسهیلات رتبه‌بندی شده‌اند.



جدول ۱۱- رتبه بندی شرکت های صنایع غذایی و آشامیدنی بر اساس شرایط مساعد آنها جهت دریافت تسهیلات بانکی

رتبه	نام شرکت	نماد	رویکرد شرکت
۱	کشت و صنعت چین چین	غچین	سایر محصولات غذایی
۲	صنعتی مینو	غصینو	شیرینیجات
۳	بیسکویت گرجی	غگرجی	شیرینیجات
۴	کشت و صنعت شهداب ناب خراسان	غشهداب	سایر محصولات غذایی
۵	گروه کارخانجات صنعتی تبرک	تبرک	سایر محصولات غذایی
۶	شرکت صنایع غذایی مینو شرق	غمینو	شیرینیجات
۷	پارس مینو	غپینو	شیرینیجات

ماخذ: یافته های گزارش



۶- پیش بینی آینده صنعت مواد غذایی و آشامیدنی

صنایع غذایی و آشامیدنی‌ها در ویرایش دوم برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت جزء ۱۱ صنعت پیشران^۱ مطرح شده است. بر مبنای این سند، کشور ایران در صنایع غذایی و آشامیدنی‌ها به عنوان یک صنعت پیشران در افق ۱۴۰۴، جایگاه دوم صادرات در منطقه غرب آسیا را در اختیار دارد و دستیابی به این جایگاه نیازمند تحقق ۶٫۵ میلیارد دلار صادرات محصولات غذایی و آشامیدنی است. دستیابی به این هدف صادراتی نیازمند برنامه‌ریزی جهت توسعه صنایع مواد غذایی و آشامیدنی است.

بر اساس پیش‌بینی‌های سازمان ملل، جمعیت جهان تا سال ۲۰۲۳ به طور متوسط سالانه ۱ درصد و جمعیت شهری نرخ رشد سالانه ۱٫۷ درصدی را تجربه خواهد کرد. این در حالی است که متوسط نرخ رشد تولید ناخالص داخلی سالانه تا سال ۲۰۲۳ حدود ۲٫۸ درصد پیش‌بینی می‌شود. با توجه به رشد جمعیت و درآمد، پیش‌بینی می‌شود تقاضا برای مواد غذایی و آشامیدنی افزایش پیدا می‌کند.

بر اساس پیش‌بینی بانک جهانی اقتصاد ایران با لحاظ شرایط تحریمی و اپیدمی کرونا، سال ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ به ترتیب ۵٫۳- و ۲٫۱ خواهد داشت، ضمن آنکه تا ۱۴۰۴ نرخ رشد جمعیت ایران بالای ۰٫۵ درصد خواهد بود. تقاضای صنایع غذایی و آشامیدنی تقریباً یک تقاضای باثبات بوده و بیشتر از رشد جمعیت متاثر می‌شود و وضعیت درآمدی حاکم بر جامعه بویژه در ارتباط با تقاضای اقلام غذایی اساسی و ضروری موثر نیست. با توجه به هدفگذاری ۶٫۵ میلیارد دلاری صادرات مواد غذایی و آشامیدنی در افق ۱۴۰۴ و همچنین بازار داخلی جذاب بدلیل عدم حضور جدی برندهای مطرح دنیا، می‌توان انتظار داشت که صنایع غذایی و آشامیدنی با رشد مواجه خواهند بود. ضمن آنکه پیش‌بینی «سازمان غذا و کشاورزی ملل متحد» و «سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه» از وضعیت محصولات کشاورزی ایران تا سال ۲۰۲۸ موید این مطلب است، تقاضا برای محصولات صنایع غذایی و آشامیدنی رشد خواهد داشت، چراکه این اقلام عمدتاً به عنوان ماده اولیه صنایع تبدیلی کشاورزی مورد استفاده قرار می‌گیرند.

^۱ شامل «صنعت خودرو»، «صنعت فولاد»، «صنعت نساجی و پوشاک»، «صنعت سیمان»، «صنعت تایر و تیوب»، «صنعت لوازم خانگی»، «صنعت کاشی و سرامیک»، «صنعت مس»، «صنایع سلولزی» (صنعت چوب و کاغذ)، «صنایع غذایی و آشامیدنی» و «صنایع دریایی کشور».



جدول ۱۲- چشم انداز محصولات کشاورزی ایران تا ۲۰۲۸- جولای ۲۰۱۹ (تیر ۹۸)

محصول		تولید (هزار تن)		مصرف (هزار تن)		واردات (هزار تن)	
		۲۰۲۸	میانگین تا ۲۰۱۶ ۲۰۱۸	۲۰۲۸	میانگین تا ۲۰۱۶ ۲۰۱۸	۲۰۲۸	میانگین تا ۲۰۱۶ ۲۰۱۸
گندم		۱۵۳۶۰	۱۲۳۳۳	۱۴۵۶۰	۱۵۹۵۶	۵۸۴	۶۵۶
ذرت		۱۰۸۰	۸۹۹	۸۰۱۱	۱۱۳۸۶	۷۴۴۶	۱۰۳۴۴
سایر درشت دانه ها		۳۵۶۳	۲۹۵۳	۵۱۲۷	۷۶۰۱	۲۱۵۱	۴۰۴۱
برنج		۲۲۸۷	۱۹۳۳	۳۱۶۵	۳۶۷۱	۱۳۱۳	۱۳۹۶
دانه های روغنی		۲۴۲	۲۰۲	۲۴۴۳	۲۸۱۰	۲۳۶۰	۲۶۸۲
سایر دانه های روغنی		۴۲۶	۳۵۹	۵۵۶	۷۰۸	۲۰۰	۲۸۲
خوراک پروتئینی		۲۶۰۹	۲۲۴۹	۳۸۸۷	۴۹۲۰	۱۶۷۱	۲۳۳۲
روغن های گیاهی		۷۸۲	۶۶۶	۱۸۷۵	۲۴۵۰	۱۲۹۱	۱۶۸۳
شکر		۲۵۶۳	۱۸۲۸	۲۵۱۹	۲۷۴۹	۶۷۷	۱۸۹
گوشت قرمز		۳۶۰۰	۳۰۳۰	۳۱۱۳	۳۶۹۶	۱۶۶	۱۶۵
کره		۲۶۴	۲۱۰	۲۵۲	۲۹۷	۴۲	۳۳
پنیر		۳۱۸	۲۹۴	۲۵۹	۲۵۰	-	-
لبنیات تازه		۶۷۹	۵۶۵	-	-	-	-
شیر		۷۸۲۷	۶۵۰۲	-	-	-	-
ماهی و غذاهای دریایی		۱۵۴۵	۱۱۸۲	-	-	۷۴	۶۰
نخ		۵۷	۵۳	۱۱۴	۱۴۰	۷۱	۸۲

ماخذ: چشم انداز اقتصادی FAO و OECD^۲

شرایط کرونا تقاضای مواد غذایی و آشامیدنی بسته بندی شده را چندان متاثر نکرده است. برنامه های احتیاطی و سیاست قرنطینه منجر شد که مصرف کنندگان به سمت مصرف مواد غذایی و آشامیدنی های بسته بندی شده و مدرن مایل شوند. ضمن آنکه محدودیت بر واردات مواد غذایی باز و بسته بندی نشده در ایام کرونا توسط

^۲ <http://www.fao.org/publications/oecd-fao-agricultural-outlook/2019-2028/en/>



کشورهای شریک تجاری به تغییر ساختار تولید صنایع غذایی و آشامیدنی در کشورها منجر شده و بخشی از سهم بازار محصولات بسته بندی نشده توسط محصولات بسته بندی شده تصاحب خواهد شد.

۷- جمع بندی

صنعت مواد غذایی و آشامیدنی‌های در ایران عمدتاً متکی به منابع داخلی است و بالغ بر ۱۳ درصد کل ارزش افزوده صنعت را در اختیار دارد. ضمن آنکه حدود ۸ درصد صادرات غیر نفتی کشور مربوط به محصولات غذایی و آشامیدنی است. حدود ۹۷ درصد بنگاه‌های اقتصادی فعال در صنایع غذایی و آشامیدنی تحت مالکیت بخش خصوصی است و بالغ بر ۶۵ درصد این بنگاه‌ها از نوع بنگاه‌های کوچک و متوسط محسوب می‌شوند. این نقش صنایع غذایی و آشامیدنی‌ها در سطح اقتصاد ملی و همچنین مساله امنیت غذایی باعث شده است که صنعت غذایی و آشامیدنی‌ها به عنوان یک صنعت راهبردی در کشور مطرح شود و به تناسب این امر، صادرات این صنعت در افق ۱۴۰۴ معادل ۶٫۵ میلیارد دلار هدفگذاری شده است. وضعیت جاری صادرات این صنعت از رقم هدفگذاری شده ۴٫۴ میلیارد دلار فاصله دارد.

اندازه بازارهای جهانی صنعت مواد غذایی و آشامیدنی طی سال‌های اخیر همواره بیش از ۵٫۵ هزار میلیارد دلار بوده است. در سال ۲۰۱۸، حدود ۴۰ درصد کل تولیدات محصولات غذایی و آشامیدنی در کشور چین و آمریکا متمرکز است. در سال ۲۰۱۸، ارزش بازارهای صادراتی جهانی محصولات غذایی و آشامیدنی نیز بالغ بر هزار میلیارد دلار است. یعنی کمتر از ۲۰ درصد محصولات تولیدی مجموع کشورها به بازارهای جهانی عرضه می‌شود. بر اساس داده‌های سال ۲۰۱۸، ارزش کل بازار محصولات غذایی و آشامیدنی در ایران حدود ۳۱ میلیارد دلار است. تولیدات صنعت مواد غذایی و نوشیدنی ایران نیز برابر با ۲۵ میلیارد دلار است که حدود ۲٫۰۸ میلیارد دلار آن صادر می‌شود (حدود ۰/۲۱ درصد ارزش کل صادرات جهان). در مقابل واردات ایران در این سال نیز حدود ۷٫۹۳ میلیارد دلار بود. لذا تراز تجاری محصولات غذایی و آشامیدنی در ایران منفی است. کسری تجاری محصولات غذایی ایران طی ۱۸ سال با رشد ۶ برابری به رقم ۴۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ رسیده است. این



کسری برای محصولات آشامیدنی طی ۱۸ سال بیش از ۴۰ برابر رشد داشته و به بیش از ۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ رسیده است.

۵۱ درصد محصولات غذایی صادراتی ایران در بازارهای روسیه، امارات متحده عربی، کویت، قطر و آلمان؛ همچنین بیش از ۷۸ درصد محصولات آشامیدنی صادراتی در بازارهای عمان، گرجستان، آذربایجان، روسیه و امارات متحده عربی عرضه می‌شود. بیش از ۷۳ درصد بازار واردات محصولات غذایی از مبدا کشورهای برزیل، هند، امارات متحده عربی، روسیه و آرژانتین؛ و حدود ۹۷ درصد واردات محصولات آشامیدنی نیز از مبدا کشورهای امارات متحده عربی، عمان، ترکیه، آلمان و چین تامین می‌شود.

علیرغم رکود حاکم بر اقتصاد ایران در سال ۲۰۱۹ و گسترش اپیدمی کرونا، پیش بینی می‌شود تقاضای کل صنعت مواد غذایی و آشامیدنی وارد رکود نشود، صرفاً گرایش و اقبال عمومی به سمت محصولات بسته بندی شده افزایش پیدا کند و لذا ترکیب تقاضای محصولات غذایی و آشامیدنی دچار تغییر شود. ضمن آنکه پیش‌بینی می‌شود طی سال‌های آتی بدلیل نرخ رشد مثبت جمعیت کشور صنعت غذایی و آشامیدنی با افزایش تقاضا مواجه شود. ضمن آنکه برای دستیابی به شاخص هدفگذاری این صنعت در افق ۱۴۰۴، امید است، حمایت نهادهای دولتی زیربط از صنعت غذایی و آشامیدنی‌ها در سال‌های آتی افزایش یابد.

اما بررسی وضعیت مالی اهم شرکت‌های صنعت مواد غذایی و آشامیدنی‌ها که در بورس اوراق بهادار پذیرفته شده‌اند، نشان داد که برخی از شرکت‌ها از منظر بدهی و سودآوری در وضعیت مناسبی قرار ندارند و ریسک اعتباری این شرکت‌ها بالا است اما برخی شرکت‌ها دارای ریسک اعتباری کمتری هستند، به طوریکه سرمایه، حاشیه سود، بازدهی دارایی، جریان نقدینگی و نسبت پوشش بهره‌ای این شرکت‌ها از وضعیت مطلوبی برخوردار هستند و شبکه بانکی در تامین مالی این گروه از شرکت‌ها می‌تواند وارد شود.

صنعت مواد غذایی و آشامیدنی برخلاف سایر صنایع از منظر محصول و بنگاه‌ها بسیار ناهمگن است و لذا صرف اینکه کلیت صنعت از وضعیت مناسب یا نامناسب برخوردار باشد، نمی‌تواند مبنای جذابیت شرکت‌های فعال در صنعت برای تامین مالی/سرمایه‌گذاری باشد. در صورت لزوم به ارائه تسهیلات، از آنجا که فعالیت‌های بنگاه‌ها، عملکرد و نسبت‌های مالی آنها در صنعت مواد غذایی و آشامیدنی متفاوت و غیرهمگن است، توصیه



بانک کارآفرین
KARAFARIN BANK

مدیریت ریسک و مطالعات اقتصادی

می‌شود، شبکه بانکی در امر تامین مالی / سرمایه گذاری بنگاه‌های این صنعت، بیشتر از وضعیت صنعت، بر وضعیت ریسک و امتیاز اعتباری بنگاه مدنظر تمرکز کند.



 مدیریت ریسک و مطالعات اقتصادی

تهران. خیابان ولیعصر. خیابان امین کاج آبادی. شماره ۷۵
تلفن: ۰۲۱-۲۶۳۱۵۰۰۰-۵ نمایر: ۰۲۱-۲۶۳۱۴۹۹۹

ER@karafarinbank.ir | www.karafarinbank.ir