



بسمه تعالی

# درآمدی بر تحلیل صنعت لبنیات

محمد ماستری فراهانی - محمد طاها اسماعیل زاده

آبان ماه 1402



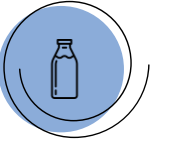
دانشگاه امام صادق



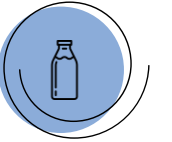
اندیشکده بازرگانی بین الملل  
International Business Thinktank



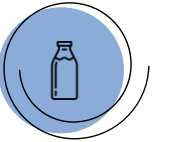
طبقه‌بندی محصولات



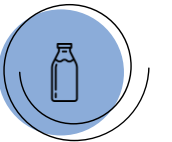
اطلاعات مالی و تجاری



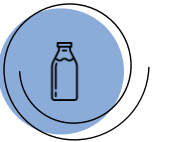
عوامل حیاتی موفقیت



تحلیل کلان صنعت



پنج نیروی رقابتی

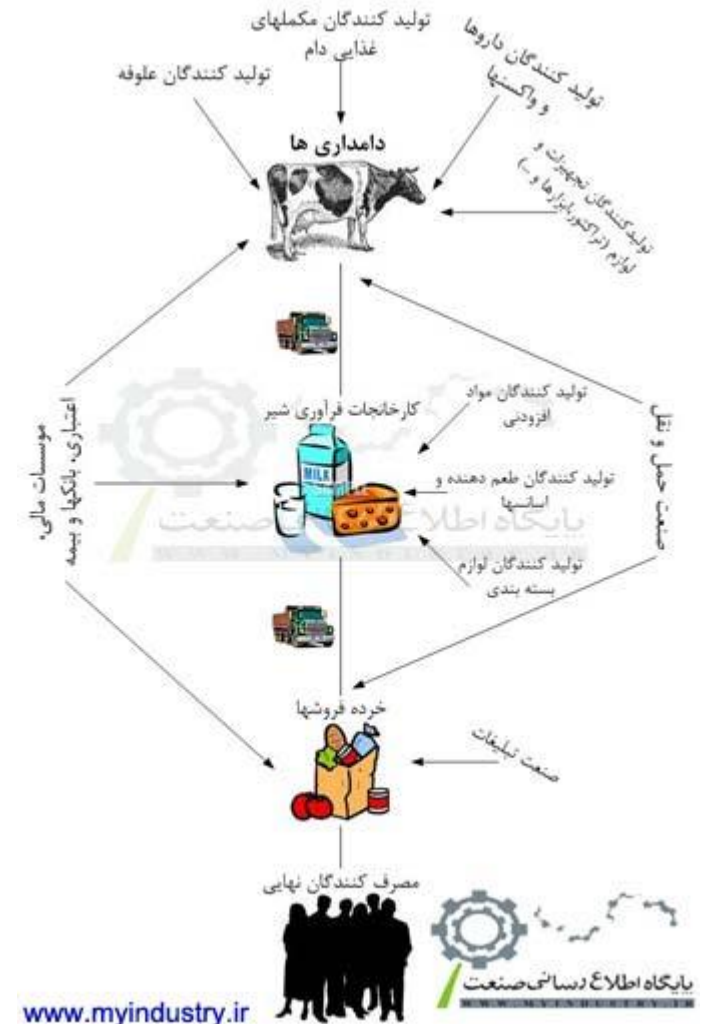




01

طبقه بندی محصولات

# زنجیره تأمین صنعت لبنیات



**تأمین کنندگان**  
 • گاوداری / دامداری  
 • حمل و نقل  
 • بانک  
 • تولید ظرف

**تولید کنندگان**  
 • کارخانه تولید پنیر، کره، ماست، دوغ و ...

**توزیع کنندگان**  
 • مراکز پخش لبنیات  
 • سایت های آنلاین  
 • نمایندگی ها

**خرده فروشان**  
 • سوپرمارکت ها و فروشگاه ها  
 • فروشگاه های زنجیره ای

**مصرف کنندگان**  
 • عموم مردم  
 • رستوران ها و موارد مشابه  
 • سایر مشتریان

# انواع فراورده‌های لبنی

کد تعرفه	عنوان
04	محصولات لبنی؛ تخم پرندگان؛ عسل طبیعی؛ محصولات خوراکی که منشأ حیوانی دارند و مشمول شماره دیگر تعرفه نشده باشد.
0401	شیر و خامه شیر، غلیظ نشده، بدون افزودن قند یا مواد شیرین‌کننده دیگر.
0402	شیر و خامه شیر، غلیظ‌شده، یا به آن قند یا سایر مواد شیرین‌کننده دیگر اضافه شده.
0403	دوغ، شیر و خامه بسته‌شده، ماست، کفیر و سایر شیرها و خامه‌های تخمیر شده یا ترش شده، غلیظ شده یا به آن قند یا سایر مواد شیرین‌کننده افزوده شده یا خوشبو شده یا به آن میوه یا کاکائو افزوده شده باشد.
0404	آب پنیر، حتی غلیظ شده یا به آن قند یا سایر مواد شیرین‌کننده اضافه شده: محصولاتی که از ترکیبات طبیعی شیر تشکیل شده، حتی اگر به آنها قند یا سایر مواد شیرین‌کننده اضافه شده که در جای دیگر گفته نشده و مشمول شماره دیگر تعرفه نشده باشد.
0405	کره و سایر چربی‌ها و روغن‌های مشتق از شیر، خمیرهای لبنی برای مالیدن روی نان
0406	پنیر و کشک



HS Code یک سامانه بین‌المللی است که توسط WTO (سازمان تجارت جهانی) به اجرا درآمده است. در این سامانه تمام کالاها بر اساس یک کد ۸ یا ۱۰ رقمی در کشورها طبقه بندی شده که ۴ یا ۶ رقم اول بین کشورهای عضو مشترک است و ۲ یا ۴ رقم بعدی بر اساس فضای طبقه بندی کالاهای کشور می‌تواند متفاوت باشد. بستنی در طبقه بندی HS در گروه فراورده‌های خوراکی گوناگون قرار گرفته و کد آن 210500 می‌باشد.



# انواع فراورده‌های لبنی

- مخلوط آب و ماست / جدا کردن دوغ از کره دوغی (مسکه)



## دوغ

- چربی شیر است که بعد از هم زدن شیر به دست می‌آید.



## کره

- همان چربی شیر است که از شیرخام گرفته می‌شود.



## خامه

- پس از جوشاندن شیر، چربی بسته شده شیر روی آن قرار می‌گیرد.



## سرشیر

- یک دسر منجمد است که معمولاً از شیر یا خامه تهیه می‌شود



## بستنی

- از طریق مایه زدن یا اضافه نمودن سرکه به شیر



## پنیر

- حاصل جوشاندن دوغ و خشک کردن آن



## کشک

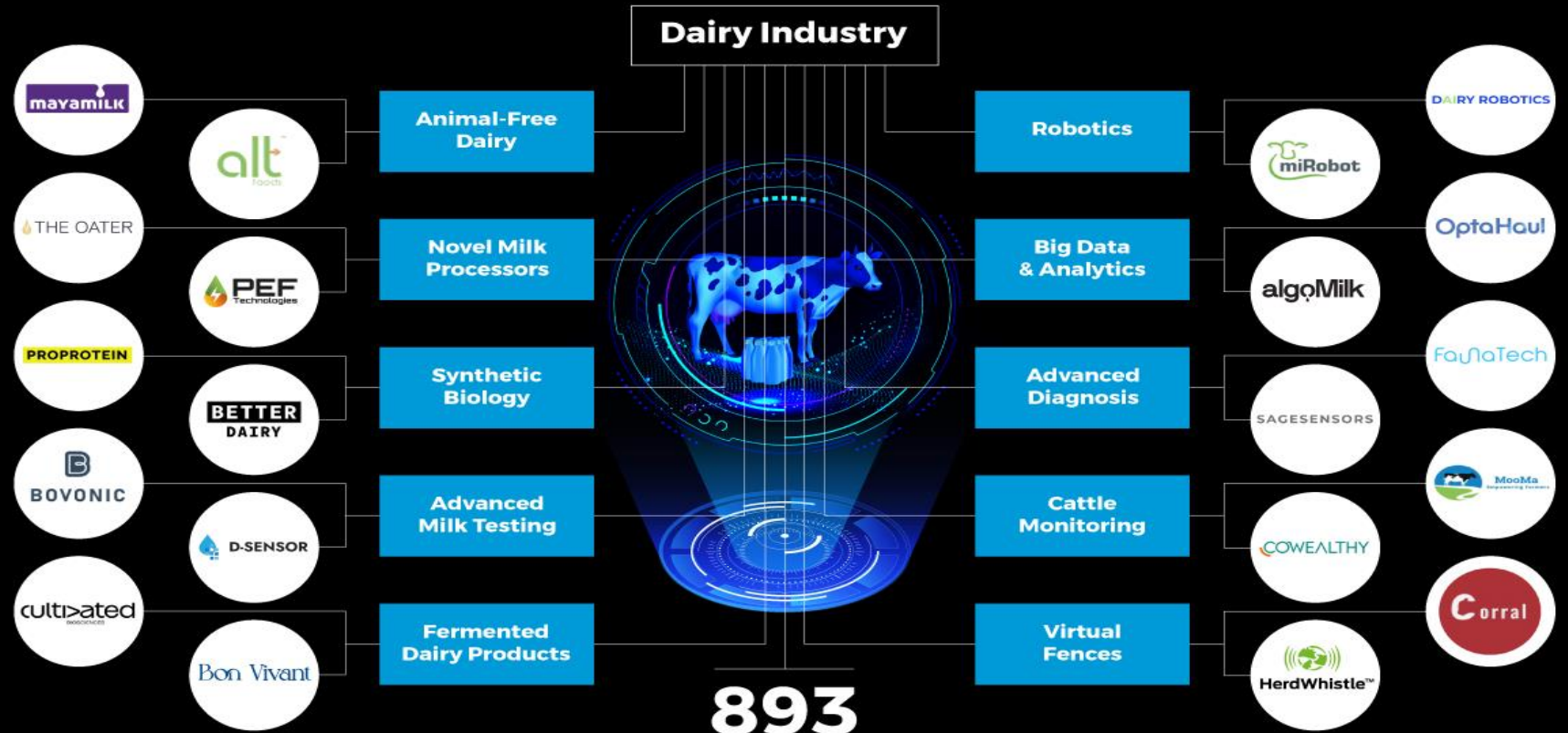
- تخمیر شیر در اثر اضافه کردن مخمر ماستی



## ماست

# روندهای فناوریانه صنعت لبنیات

## Top 10 Dairy Industry Trends in 2024



893

Startups & emerging companies analyzed

Data provided by



September 2023



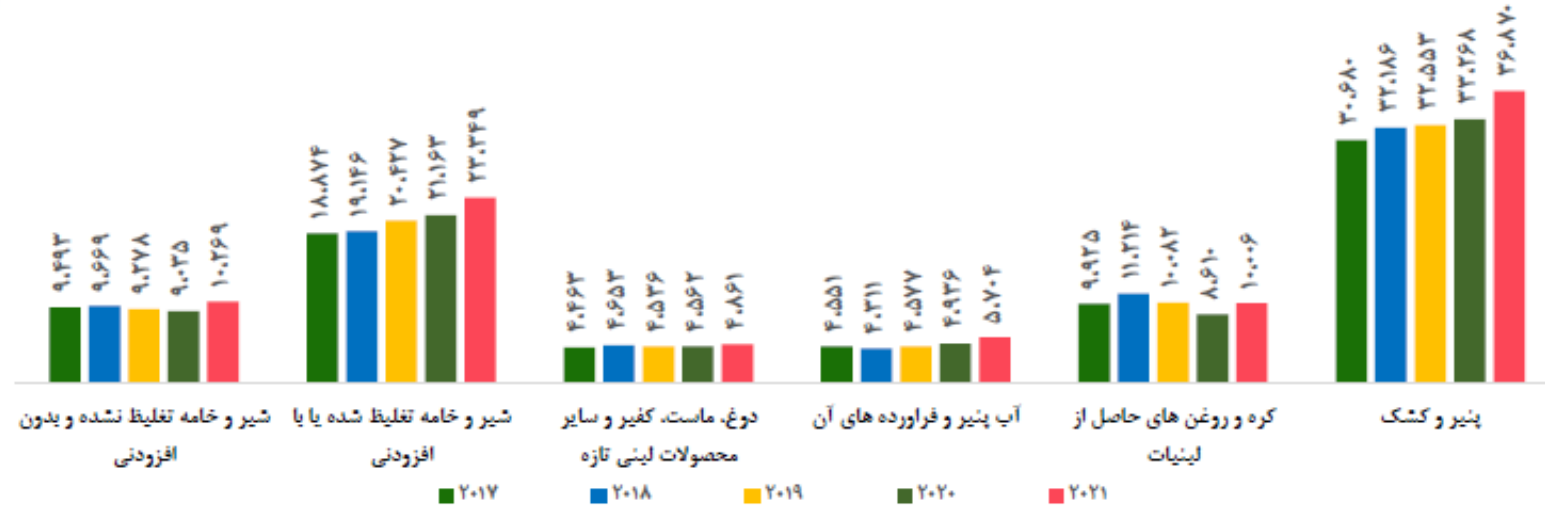


02

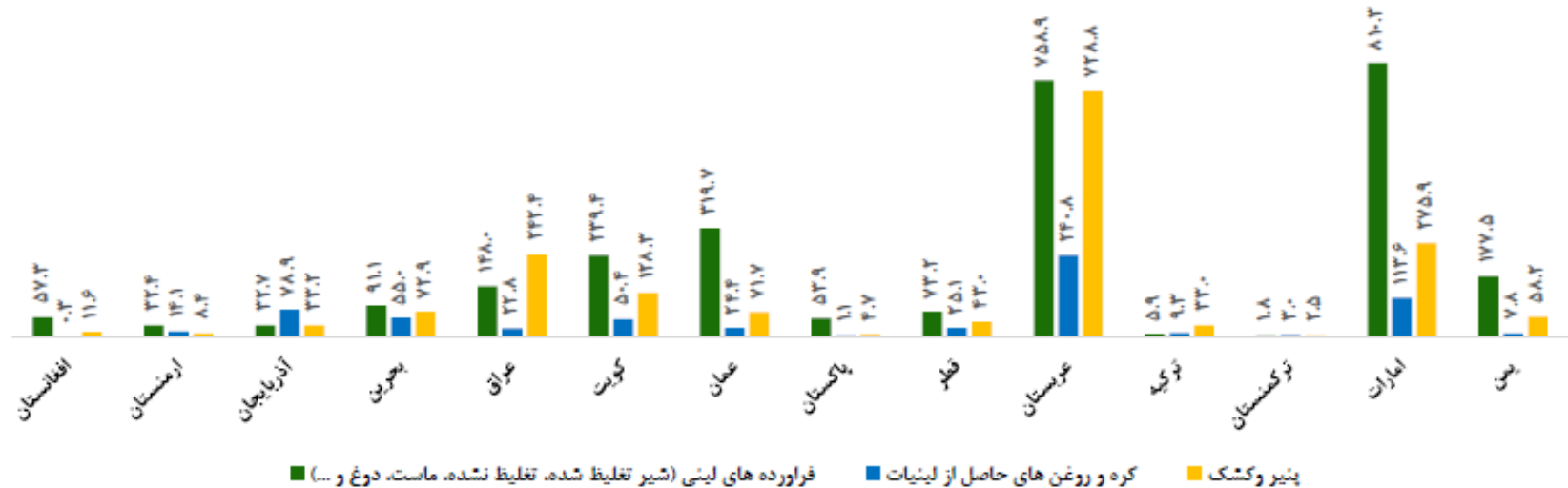
اطلاعات مالی  
و تجاری



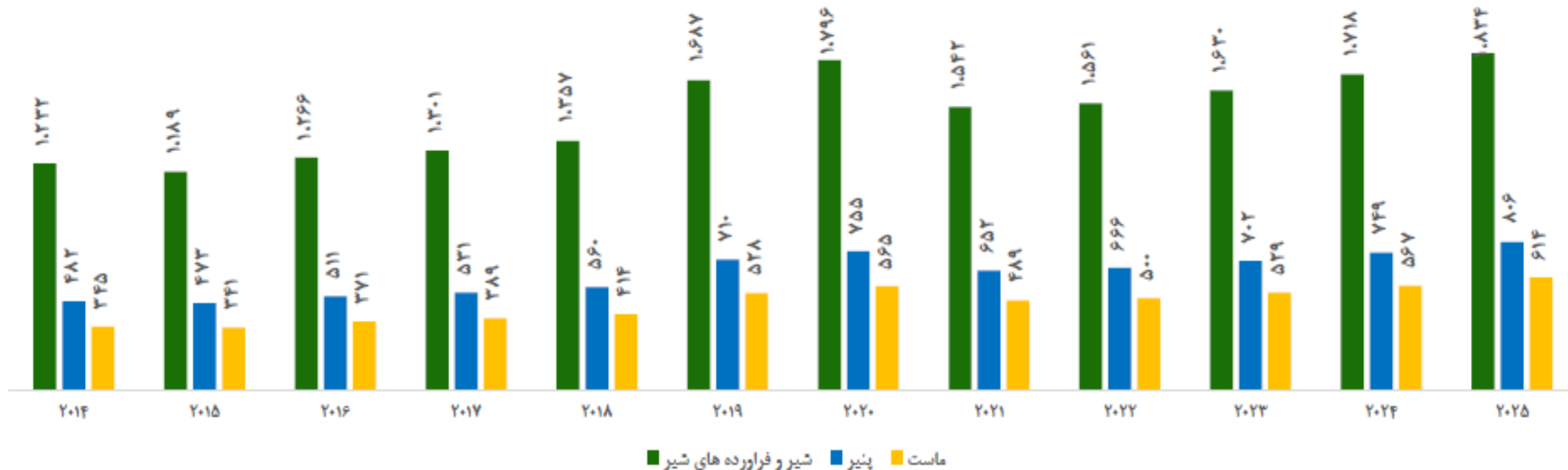
# وضعیت صنعت لبنیات در جهان



ارزش واردات محصولات لبنی کشورهای همسایه و اطراف ایران به تفکیک گروه محصولات در سال ۲۰۲۱ (میلیون دلار)<sup>۲</sup>



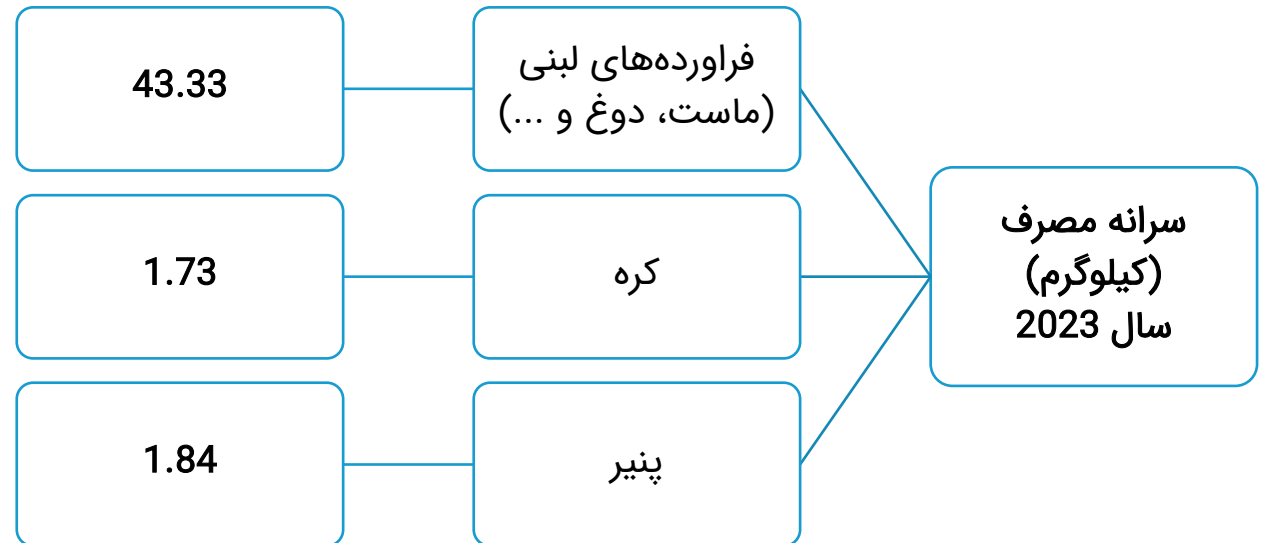
# وضعیت صنعت لبنیات در ایران



درآمد صنعت فرآورده های لبنی به تفکیک نوع محصول در ایران (میلیارد دلار) <sup>۱</sup>

# وضعیت صنعت لبنیات در ایران

در حال حاضر در کشور و در صنعت لبنیات بیش از ۴۰۰ برند و کارخانه فعال حضور دارند که بیش از ۲۰۰ کارخانه آن در ابعاد محلی، بیش از ۱۷۰ کارخانه در ابعاد منطقه‌ای-استانی و حدود ۳۰ کارخانه در ابعاد ملی فعالیت دارند که در این میان تعدادی از کارخانه‌ها توفیق حضور و رقابت در بازارهای بین‌المللی را نیز یافته‌اند. بیش از ۸۵ درصد صنعت لبنیات با سرمایه‌گذاری و هدایت مستقیم و کامل بخش خصوصی مدیریت می‌شود؛ بنابراین کمترین وابستگی و دسترسی را به منابع دولتی دارد.



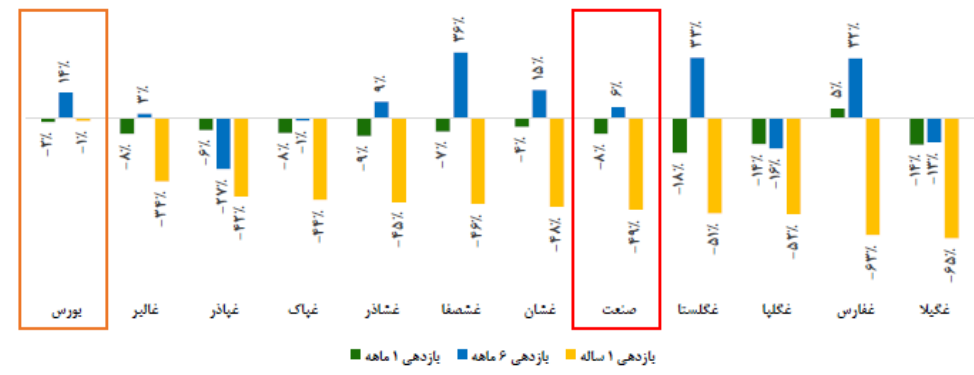
# وضعیت صنعت لبنیات در ایران

10 شرکت در بازار سرمایه تحت عنوان صنعت فراورده‌های لبنی پذیرش شده‌اند. شرکت‌های پگاه آذربایجان شرقی با نماد غیاذر، آذربایجان غربی با نماد غشاذر، اصفهان با نماد غشصفا، گلپایگان با نماد غگلیا، گیلان با نماد غگیلا، گلستان با نماد غگلستا، فارس با نماد غفارس، خراسان با نماد غشان، شرکت لبنیات پاک با نماد غپاک و شرکت لبنیات کالبر با نماد غالبر.

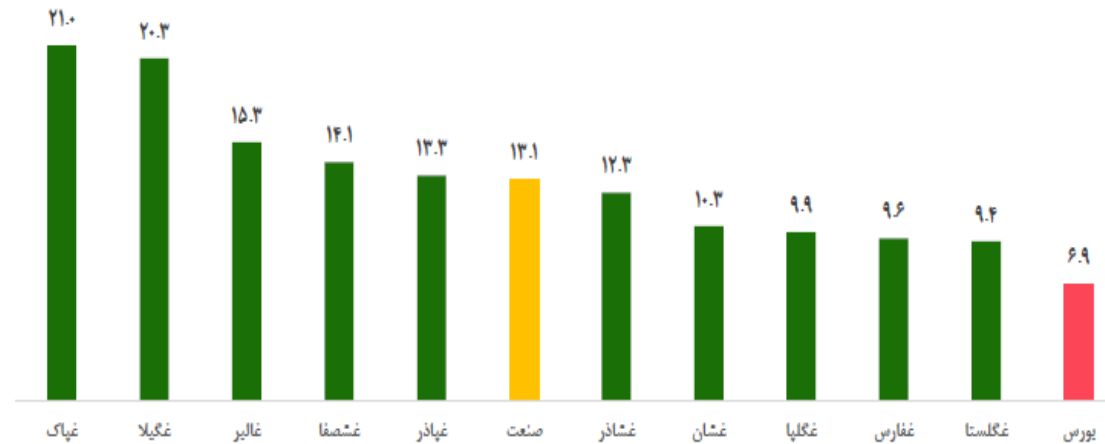


ارزش بازار شرکت‌های بورسی صنعت فراورده‌های لبنی در تاریخ ۱۴۰۱/۰۵/۲۳ (میلیارد ریال)

بازدهی یک ماهه، شش ماهه و یک ساله شرکت‌های صنعت فراورده‌های لبنی و مقایسه آنها با بازدهی صنعت و بورس در تاریخ ۱۴۰۱/۰۵/۲۳

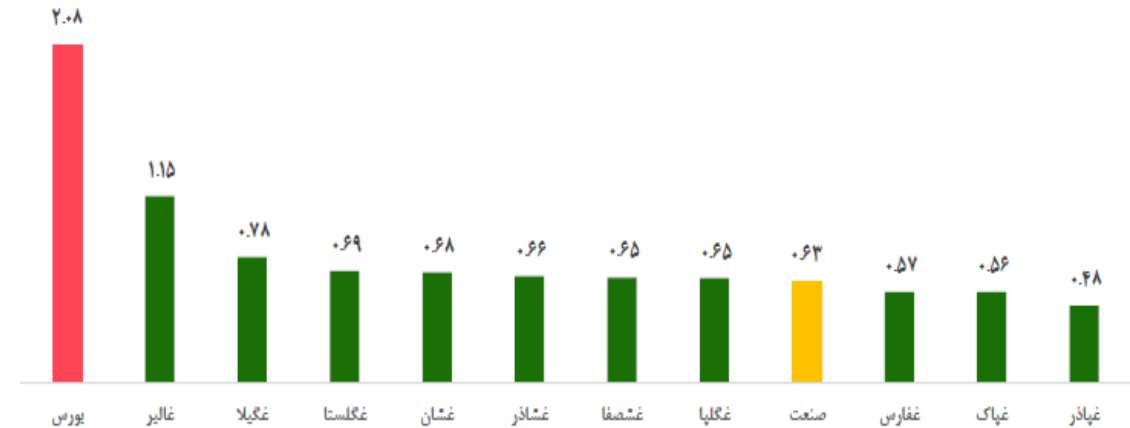


# وضعیت صنعت لبنیات در ایران



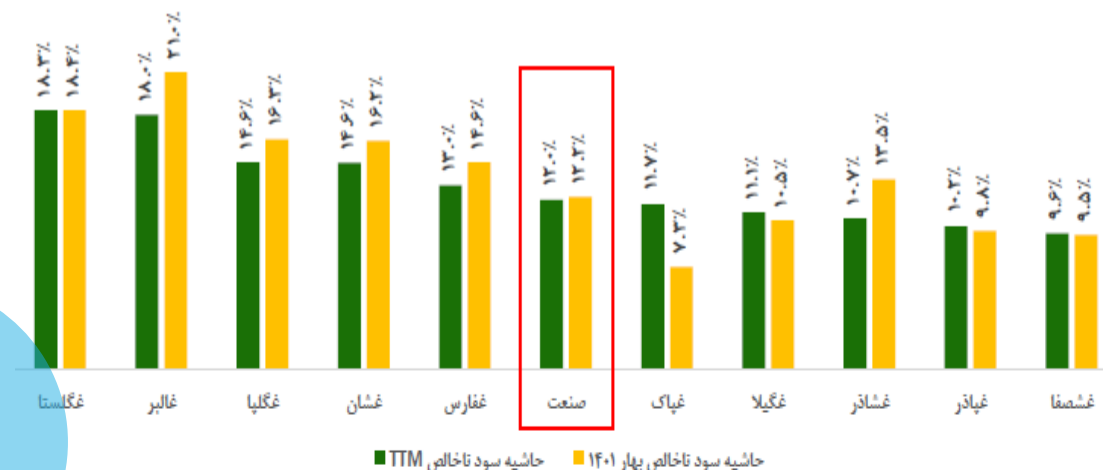
**P/E TTM** شرکت‌های صنعت  
فرآورده‌های لبنی و مقایسه آنها  
با P/E صنعت و بورس در تاریخ  
۱۴۰۱/۰۵/۲۳

**P/S TTM** شرکت‌های صنعت  
فرآورده‌های لبنی و مقایسه آنها  
با P/S صنعت و بورس در تاریخ  
۱۴۰۱/۰۵/۲۳

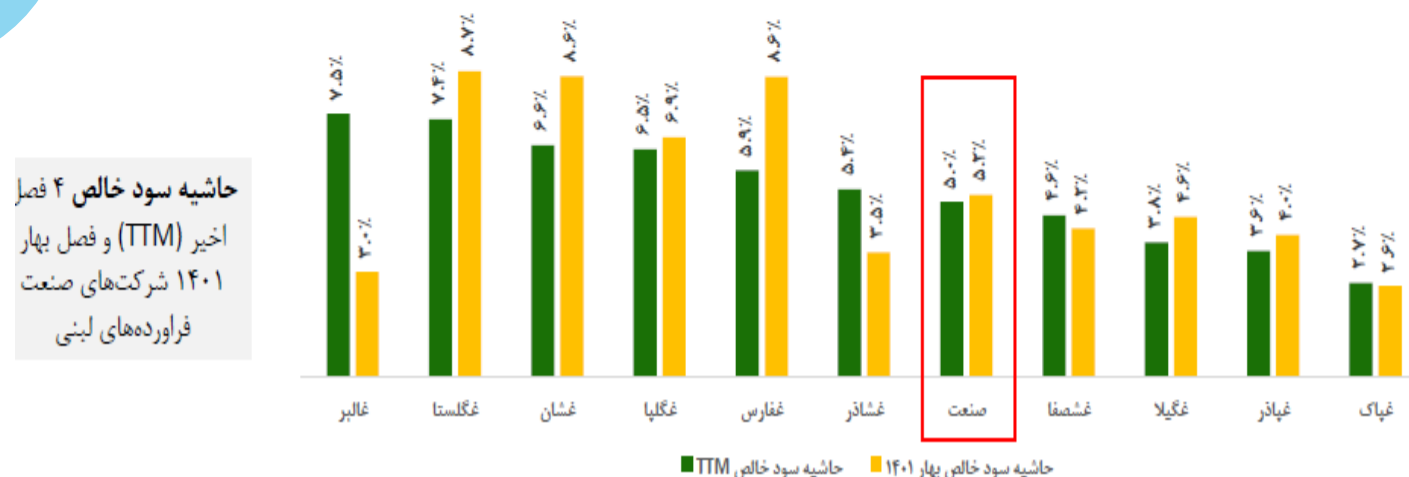




# وضعیت صنعت لبنیات در ایران



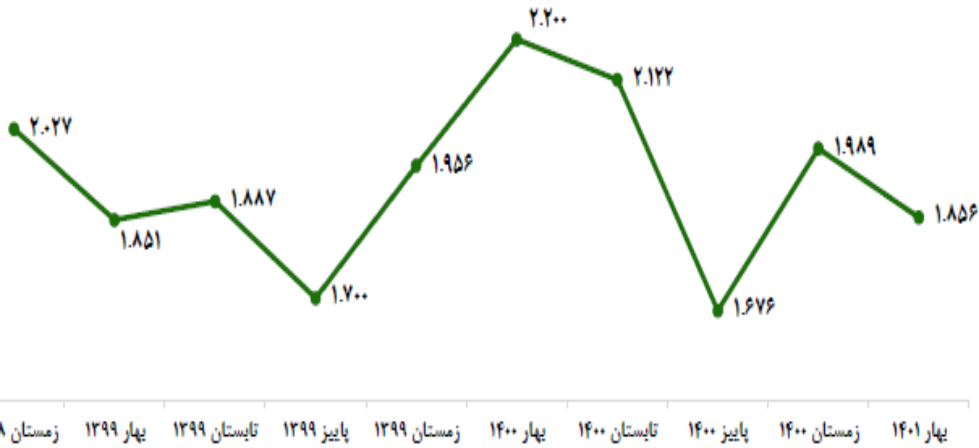
حاشیه سود ناخالص ۴ فصل اخیر (TTM) و فصل بهار ۱۴۰۱ شرکت‌های صنعت فرآورده‌های لبنی



حاشیه سود ناخالص ۴ فصل اخیر (TTM) و فصل بهار ۱۴۰۱ شرکت‌های صنعت فرآورده‌های لبنی

# مواد اولیه در صنعت لبنیات

اصلی‌ترین ماده اولیه محصولات این صنعت، شیر خام است که بیش از ۸۰ درصد بهای تمام‌شده محصولات را به خود اختصاص داده است، حدود ۱۰ درصد مواد اولیه نیز مربوط به مواد بسته‌بندی می‌باشد و باقی‌مانده مواد اولیه این صنعت را سایر مواد اولیه همچون طعم دهنده‌ها، مخمرها و ... تشکیل می‌دهد.

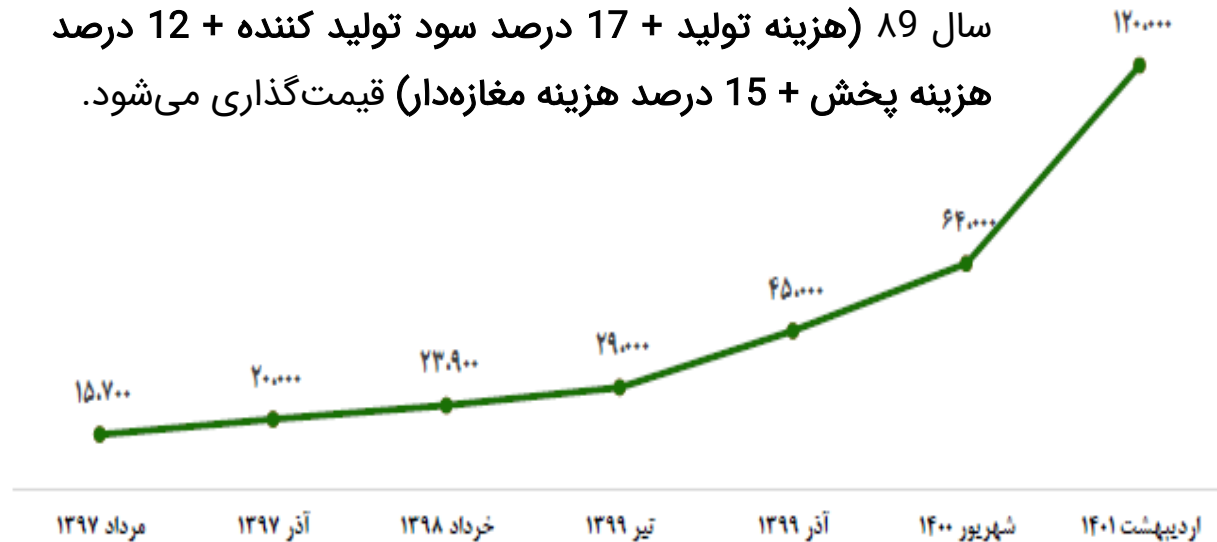


مقدار تولید شیر گاو در کشور در ۱۰ فصل گذشته (میلیون تن). منبع: مرکز آمار



# مواد اولیه در صنعت لبنیات

پس از مردمی‌سازی یارانه‌ها در 22 اردیبهشت ماه، تنها ۴ قلم محصول لبنی مشمول قیمت‌گذاری دولتی بوده و سایر محصولات بر اساس آیین‌نامه قیمت‌گذاری محصولات ساخت داخل مصوب سال ۸۹ (هزینه تولید + ۱۷ درصد سود تولید کننده + ۱۲ درصد هزینه پخش + ۱۵ درصد هزینه مغازه‌دار) قیمت‌گذاری می‌شود.



قیمت شیر خام در کشور (ریال بر کیلوگرم)

منبع: بولتن تحلیلی کارگزاری رضوی، شماره یازدهم، مردادماه ۱۴۰۱



# وضعیت صنعت لبنیات در ایران

رهبران بازار در هر دسته از محصولات لبنی:

- شیر: شرکت لبنی میهن
- ماست: شرکت لبنی کاله
- دوغ: شرکت لبنی پگاه
- پنیر: شرکت لبنی کاله
- کره: شرکت لبنی میهن
- خامه: شرکت لبنی پگاه
- بستنی: شرکت لبنی کاله



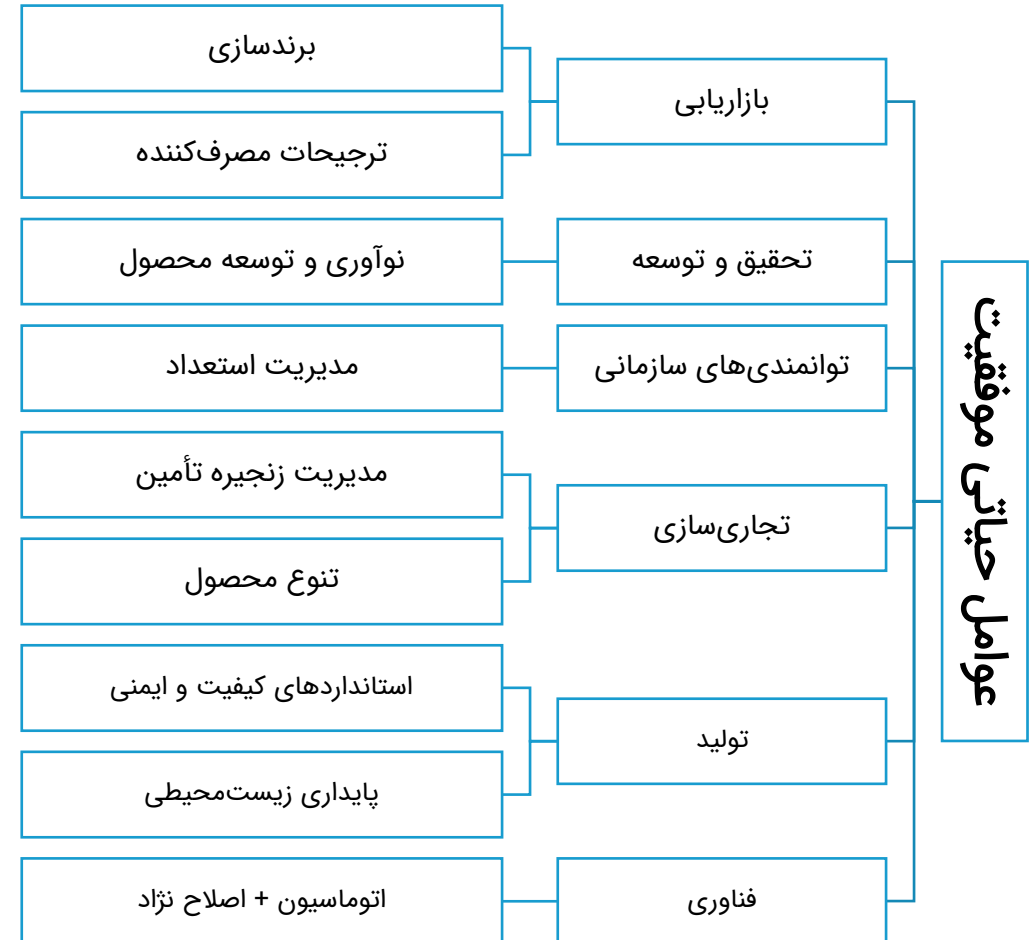


03

عوامل حیاتی  
موفقیت



# عوامل حیاتی موفقیت در صنعت لبنیات

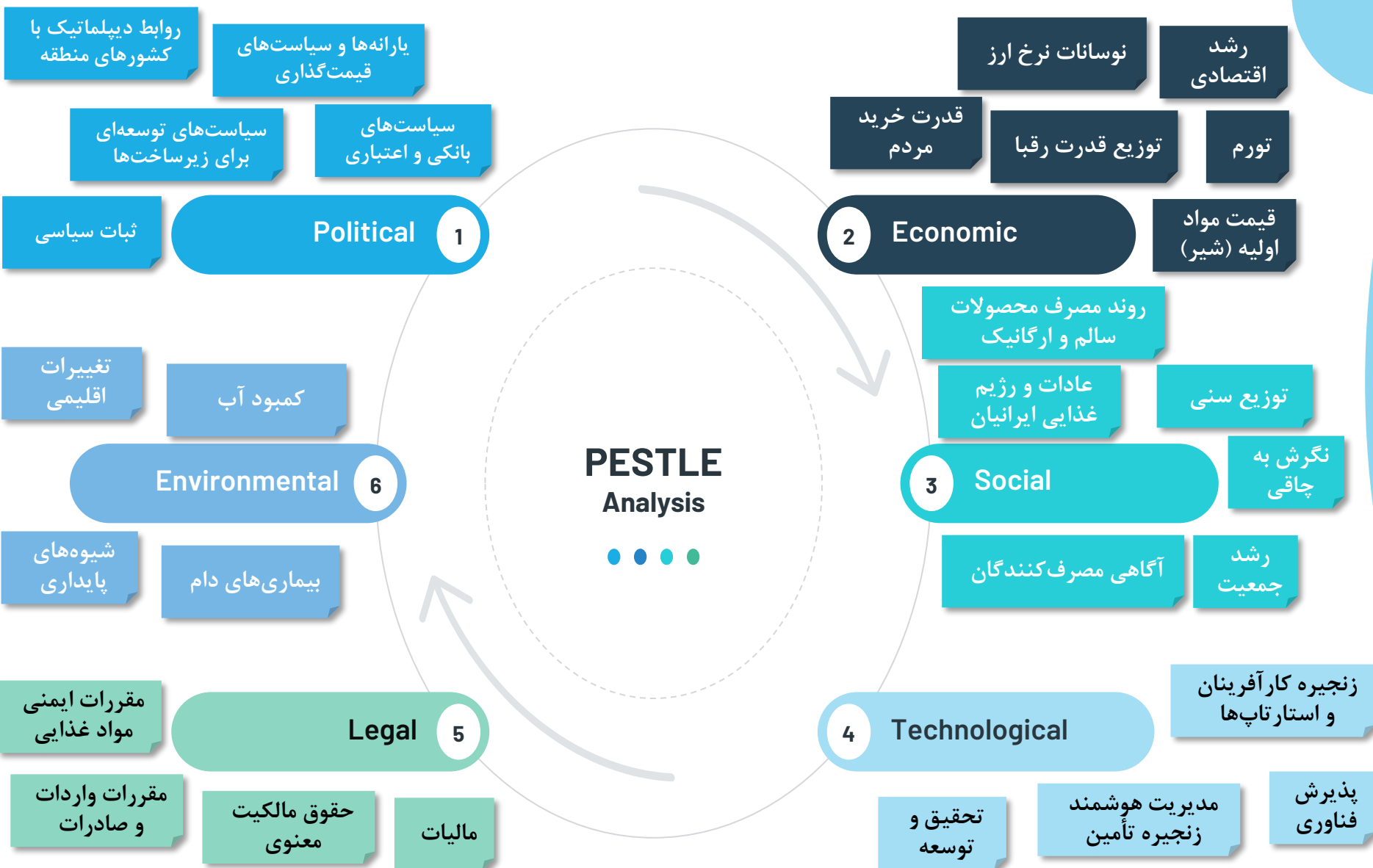


سیاست‌ها و یارانه‌های دولتی (تنظیم‌گری بازار)

04

تحليل كلان صنعت

# تحلیل کلان صنعت لبنیات



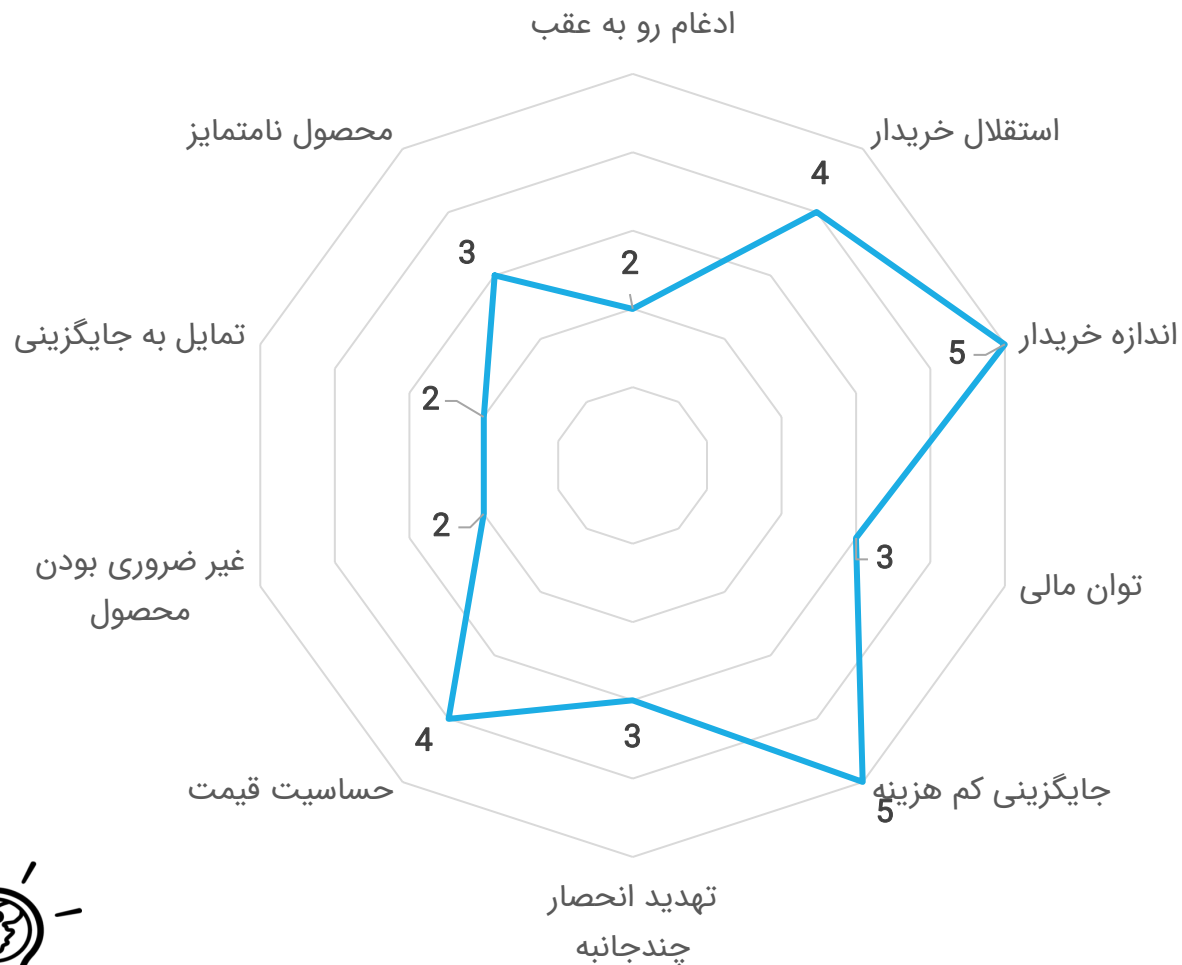


05

پنج نیروی رقابتی



# پنج نیروی رقابتی در صنعت لبنیات



قدرت چانه زنی خریداران

قدرت چانه زنی تأمین کنندگان

تهدید ورود رقبای جدید

تهدید محصولات جایگزین

شدت رقابت

خریداران محصولات لبنی در ایران، قدرت چانه زنی بالایی دارند. این امر به دلیل وجود تعداد زیاد خریداران خرد و متوسط در این صنعت است. همچنین، خریداران محصولات لبنی، از اطلاعات و آگاهی نسبتاً بالایی برخوردار هستند و می‌توانند به راحتی بین محصولات مختلف، مقایسه کنند.



# پنج نیروی رقابتی در صنعت لبنیات



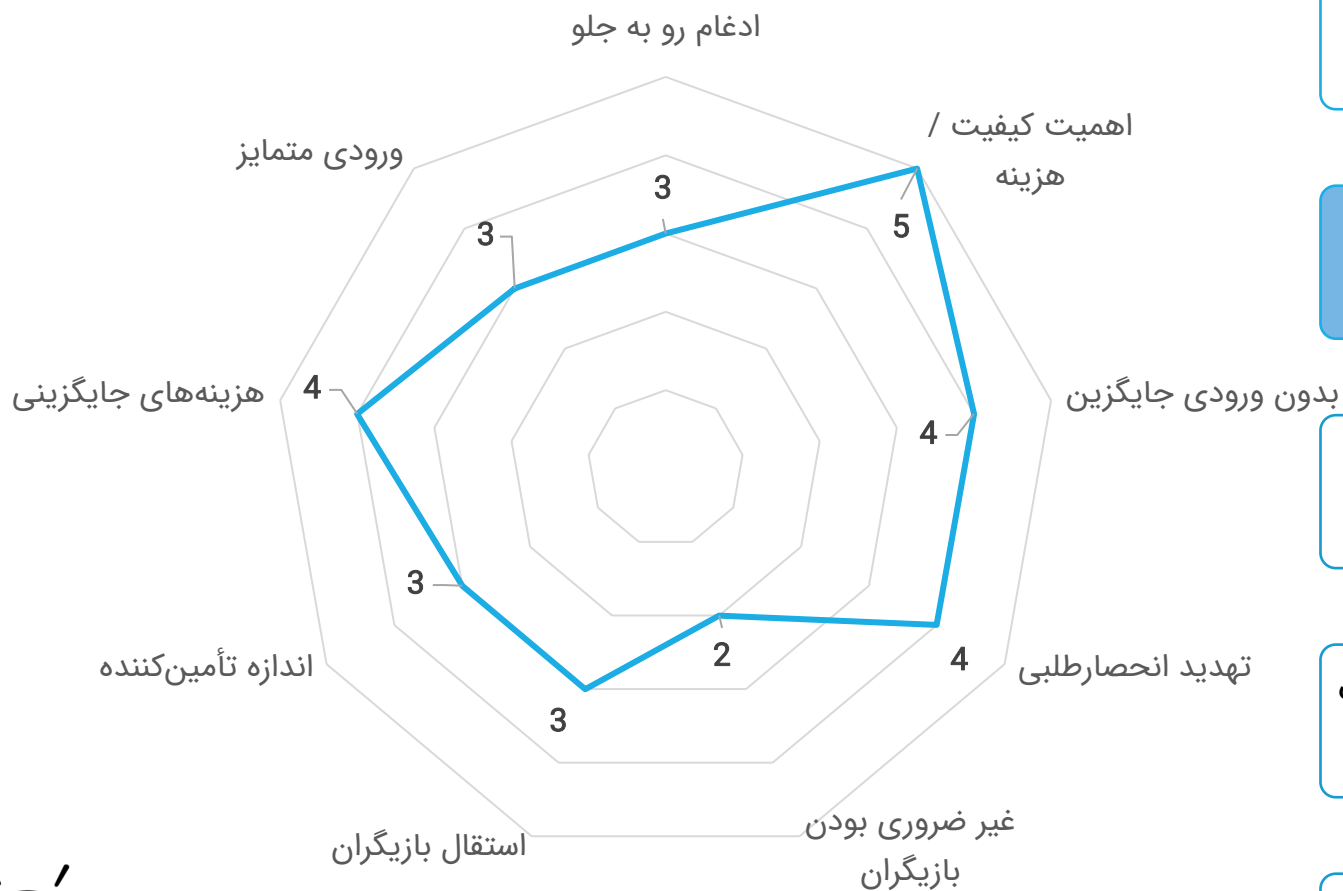
قدرت چانه‌زنی  
خریداران

قدرت چانه‌زنی  
تأمین‌کنندگان

تهدید ورود  
رقبای جدید

تهدید محصولات  
جایگزین

شدت رقابت



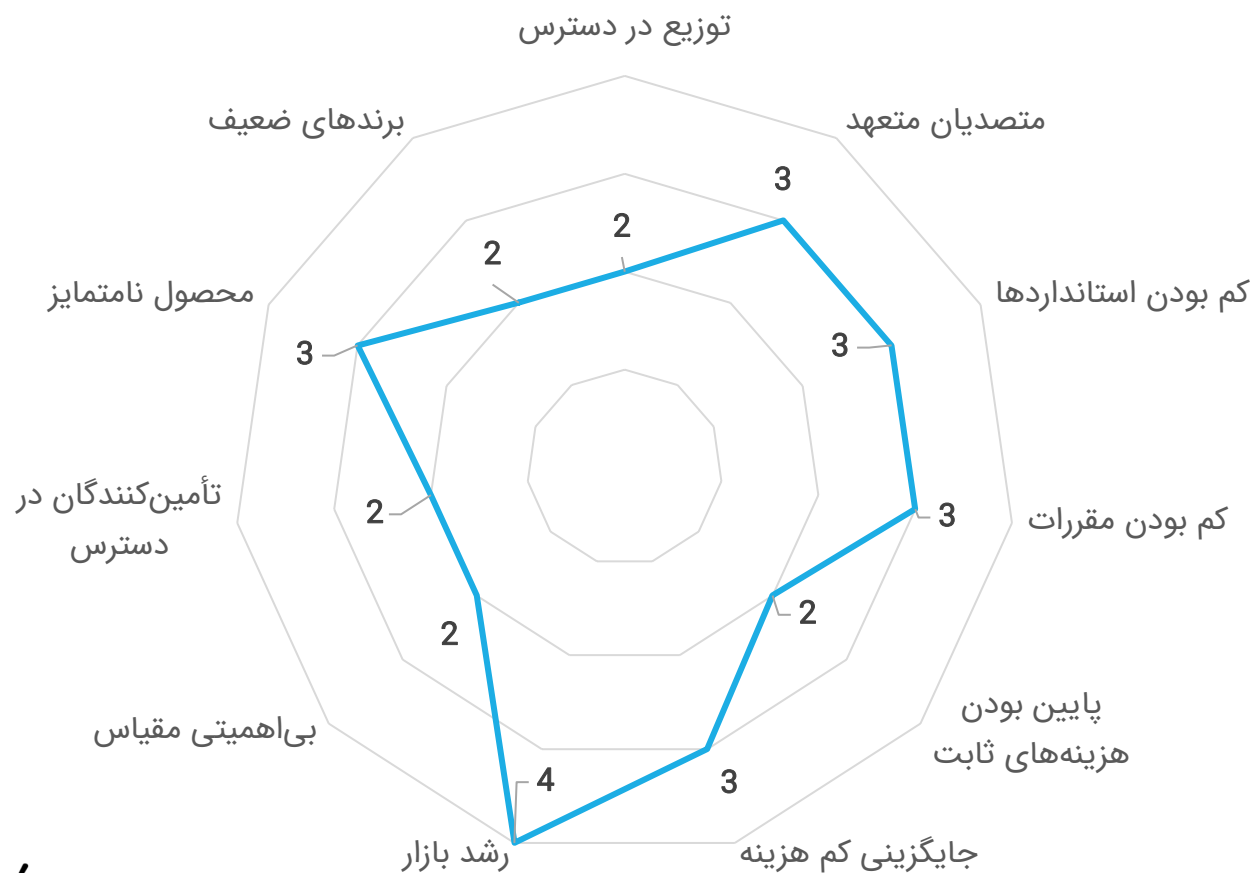
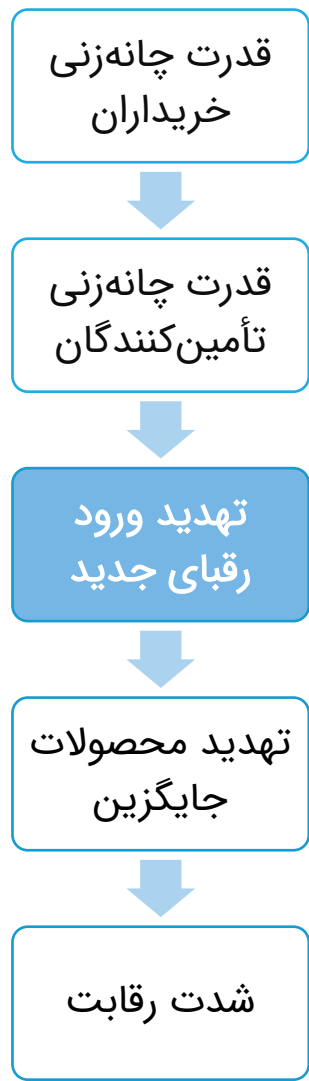
تأمین‌کنندگان شیر خام، قدرت چانه‌زنی نسبتاً بالایی در صنعت لبنیات ایران دارند. این امر به دلیل وجود تعداد محدودی تأمین‌کننده شیر خام در ایران است. همچنین، تأمین‌کنندگان شیر خام، می‌توانند با کاهش عرضه شیر خام، قیمت آن را افزایش دهند.



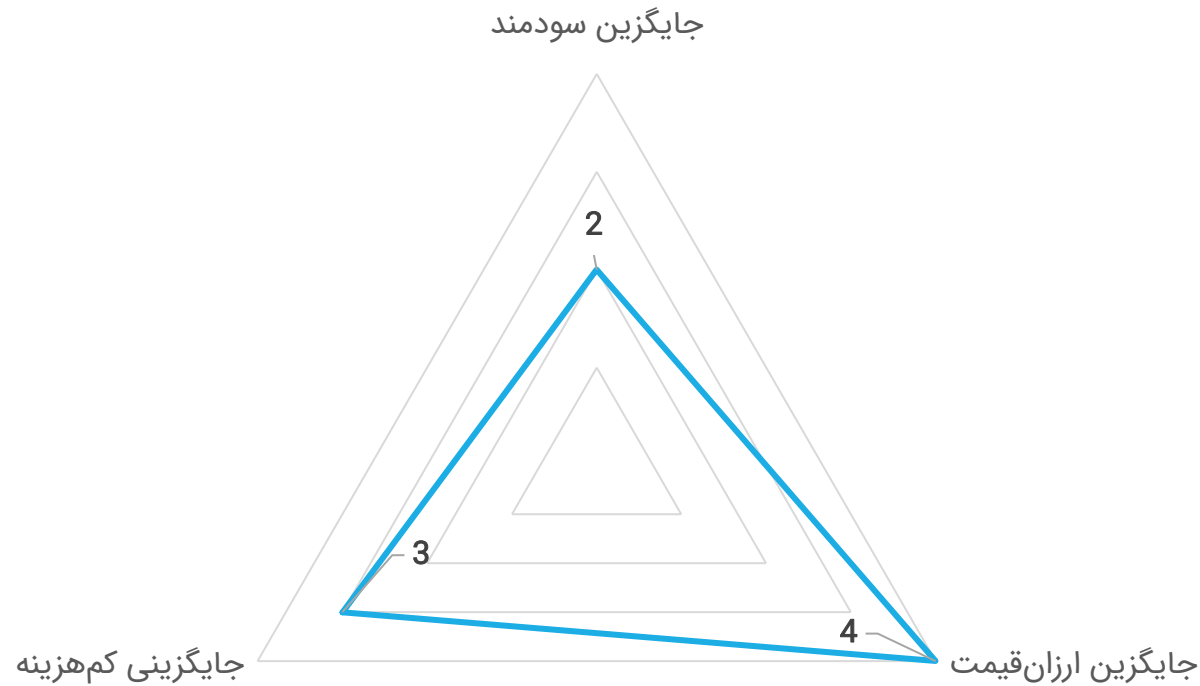
# پنج نیروی رقابتی در صنعت لبنیات



میزان تهدید ورود رقبای جدید به صنعت لبنیات ایران، متوسط است. این امر به دلیل وجود عواملی مانند نیاز به سرمایه‌گذاری بالا، دسترسی به مواد اولیه، و برخورداری از دانش و فناوری تولید محصولات لبنی است.



# پنج نیروی رقابتی در صنعت لبنیات



قدرت چانه زنی  
خریداران

قدرت چانه زنی  
تأمین کنندگان

تهدید ورود  
رقبای جدید

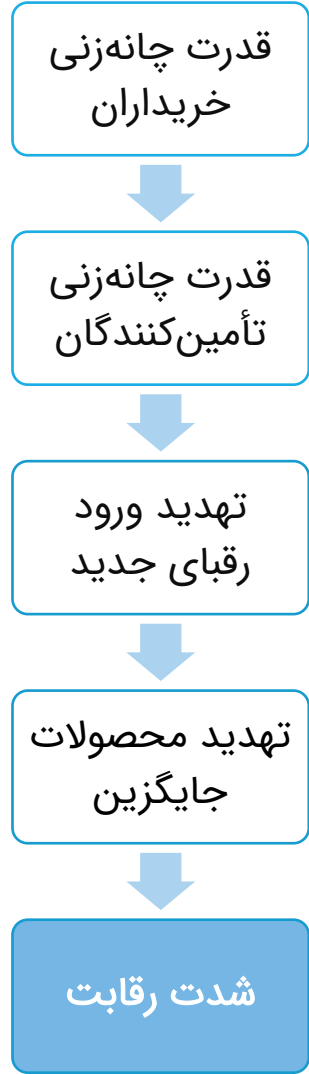
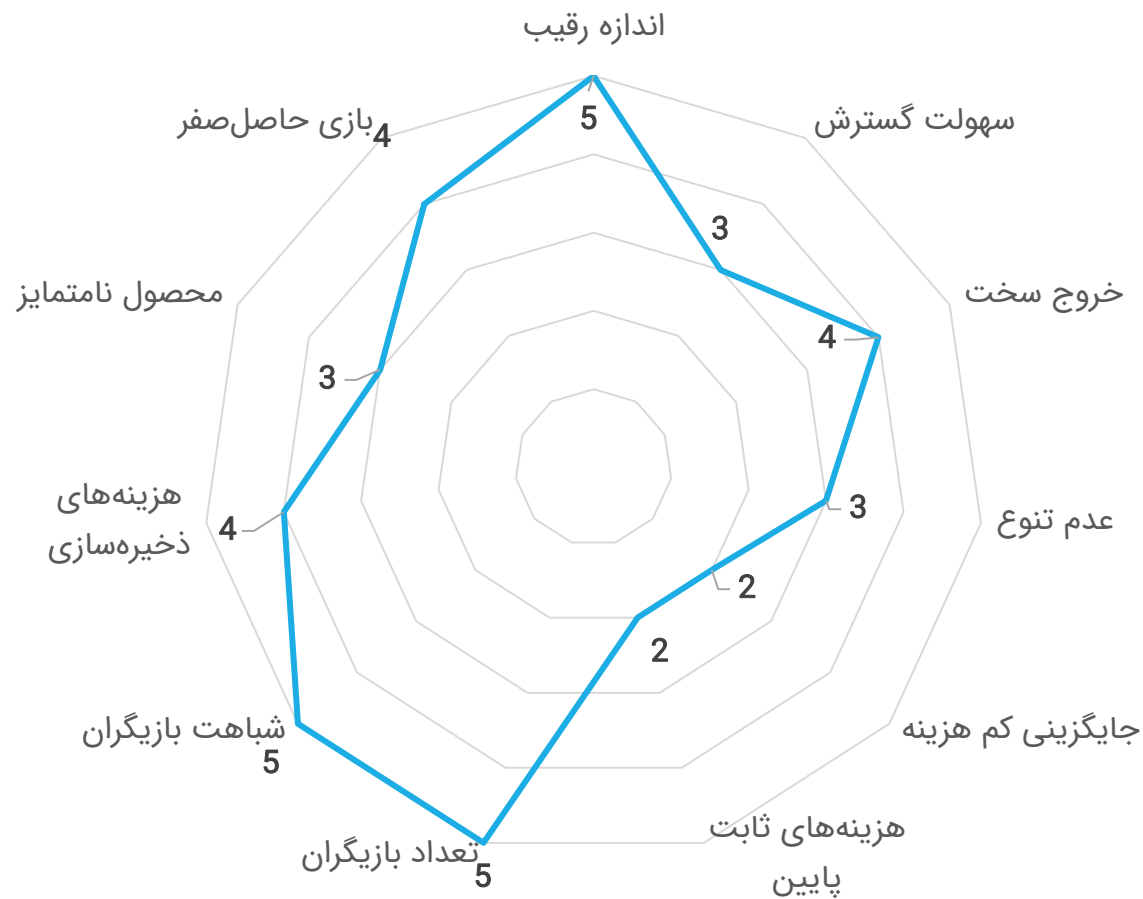
تهدید محصولات  
جایگزین

شدت رقابت



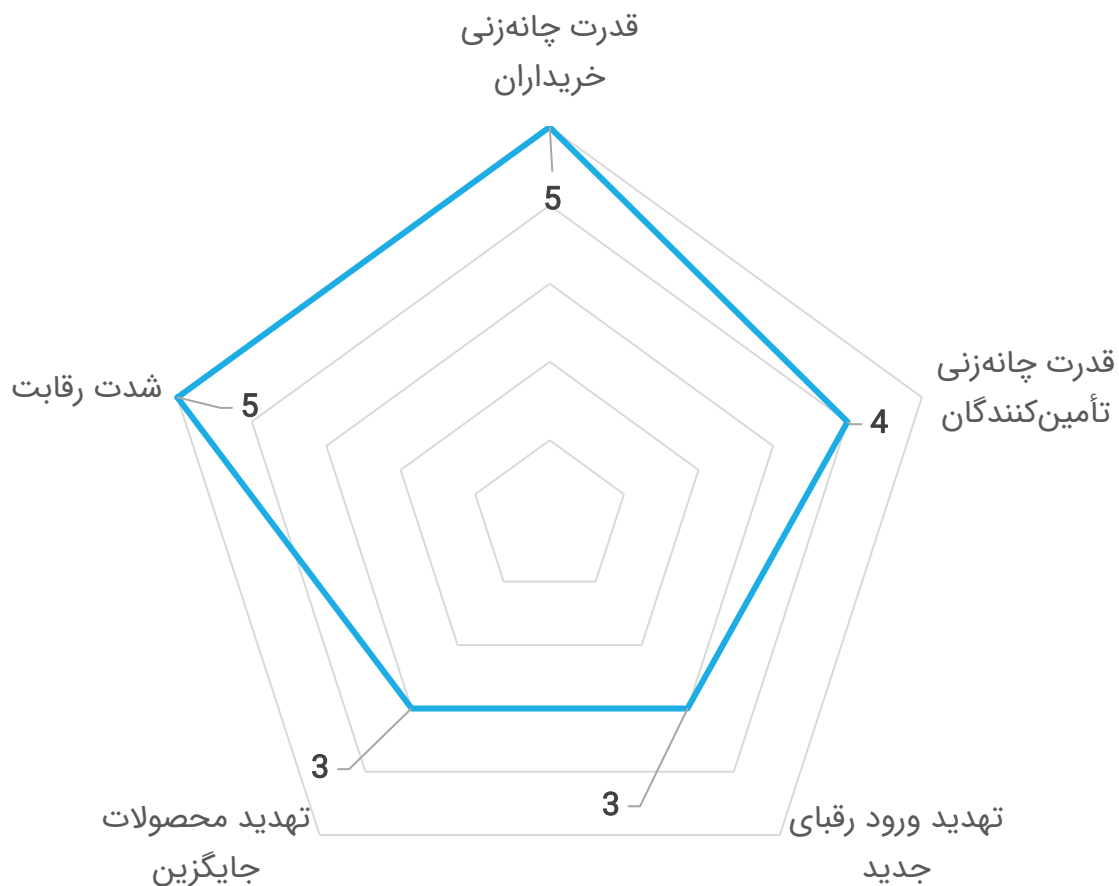
میزان تهدید محصولات جایگزین در صنعت لبنیات ایران، متوسط است. این امر به دلیل وجود محصولات جایگزینی مانند نوشیدنی‌های گیاهی، آبمیوه‌ها، و لبنیات رژیمی است.

# پنج نیروی رقابتی در صنعت لبنیات



میزان شدت رقابت بین رقبا در صنعت لبنیات ایران، بالا است. این امر به دلیل وجود تعداد زیاد شرکت‌های لبنی در ایران، و رقابت شدید بین این شرکت‌ها برای کسب سهم بازار است. از عواملی که باعث افزایش شدت رقابت بین رقبا در صنعت لبنیات ایران شده است، کاهش وفاداری مصرف‌کنندگان به برندهای خاص است.

# پنج نیروی رقابتی در صنعت لبنیات



قدرت چانه‌زنی  
خریداران

قدرت چانه‌زنی  
تأمین‌کنندگان

تهدید ورود  
رقبای جدید

تهدید محصولات  
جایگزین

شدت رقابت



شرکت‌های لبنی برای موفقیت در صنعت لبنیات ایران، پیشنهاد می‌شود بر روی موارد زیر تمرکز کنند:  
تولید محصولات با کیفیت بالا و با ارزش افزوده  
توسعه بازارهای صادراتی  
نوآوری در محصولات و فرآیندهای تولید  
بهبود روابط با تأمین‌کنندگان





# پنج نیروی رقابتی در صنعت لبنیات

با انجام این اقدامات، شرکت‌های لبنی می‌توانند در رقابت با سایر شرکت‌های لبنی در ایران و در سطح بین‌المللی، موفق شوند. برخی از استراتژی‌های خاص که شرکت‌های لبنی می‌توانند در نظر بگیرند، عبارتند از:

تمرکز بر تولید محصولات با ارزش افزوده بالا، مانند لبنیات پروبیوتیک و لبنیات رژیمی  
تمرکز بر تولید محصولات لبنی گیاهی، مانند شیر سویا، شیر بادام، و شیر نارگیل  
توسعه بازارهای صادراتی به کشورهای همسایه و کشورهای در حال توسعه  
نوآوری در محصولات و فرآیندهای تولید، مانند استفاده از فناوری‌های جدید

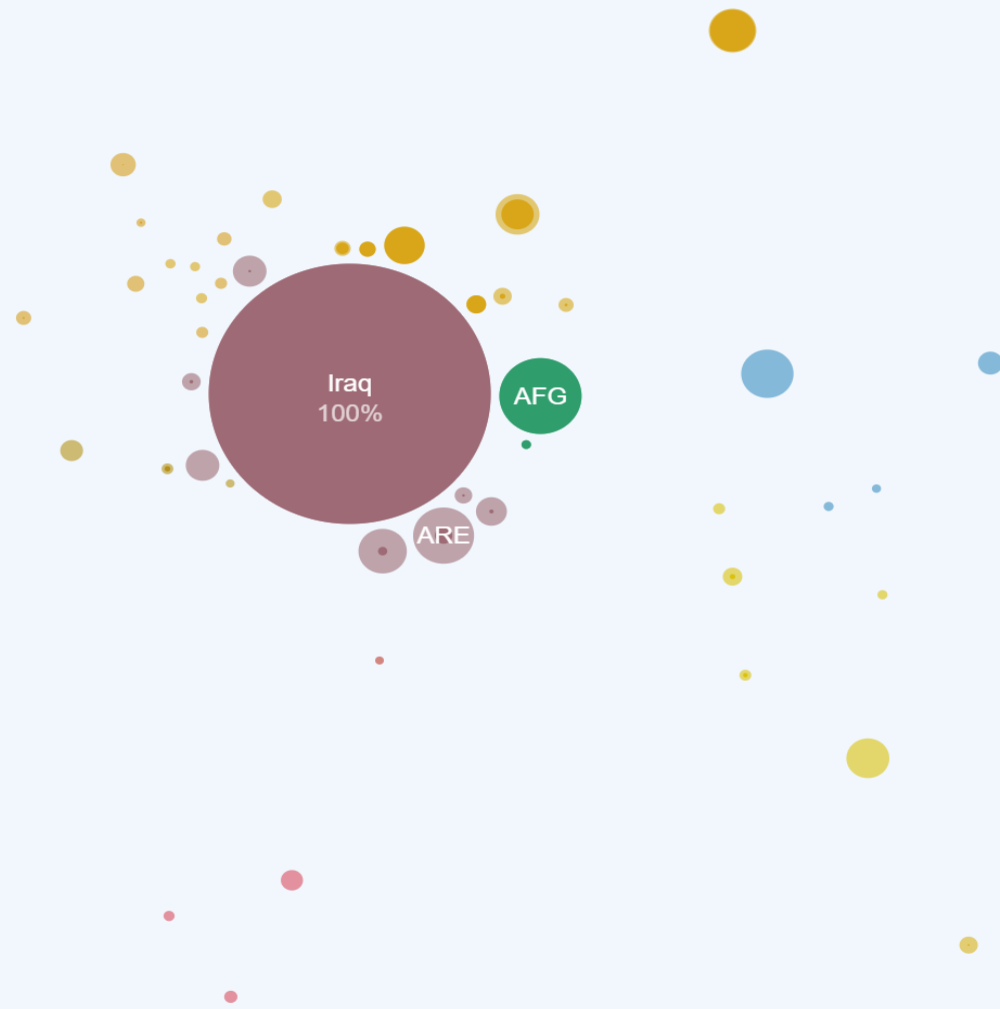
کتاب "مدیریت استراتژیک" نوشته مایکل پورتر. مقاله "تحلیل پنج نیروی پورتر از صنعت لبنیات ایران" نوشته فائزه رحمانی، محمد بلوریان تهرانی، و الهه بزرگی. مقاله "بررسی عوامل موثر بر رقابت در صنعت لبنیات ایران" نوشته محمد حسین صفری، و وحید یوسفی



# Markets with potential for Iran, Islamic Republic of's exports of Cheese

## Legend

- Export potential
- Realized potential
- Middle East
- East Europe & Central Asia
- South Asia
- East Asia
- Southeast Asia
- EU & West Europe
- Southern Africa
- Northern Africa
- South & Central America
- North America
- Pacific
- Eastern Africa



Scale:

\$72 mn

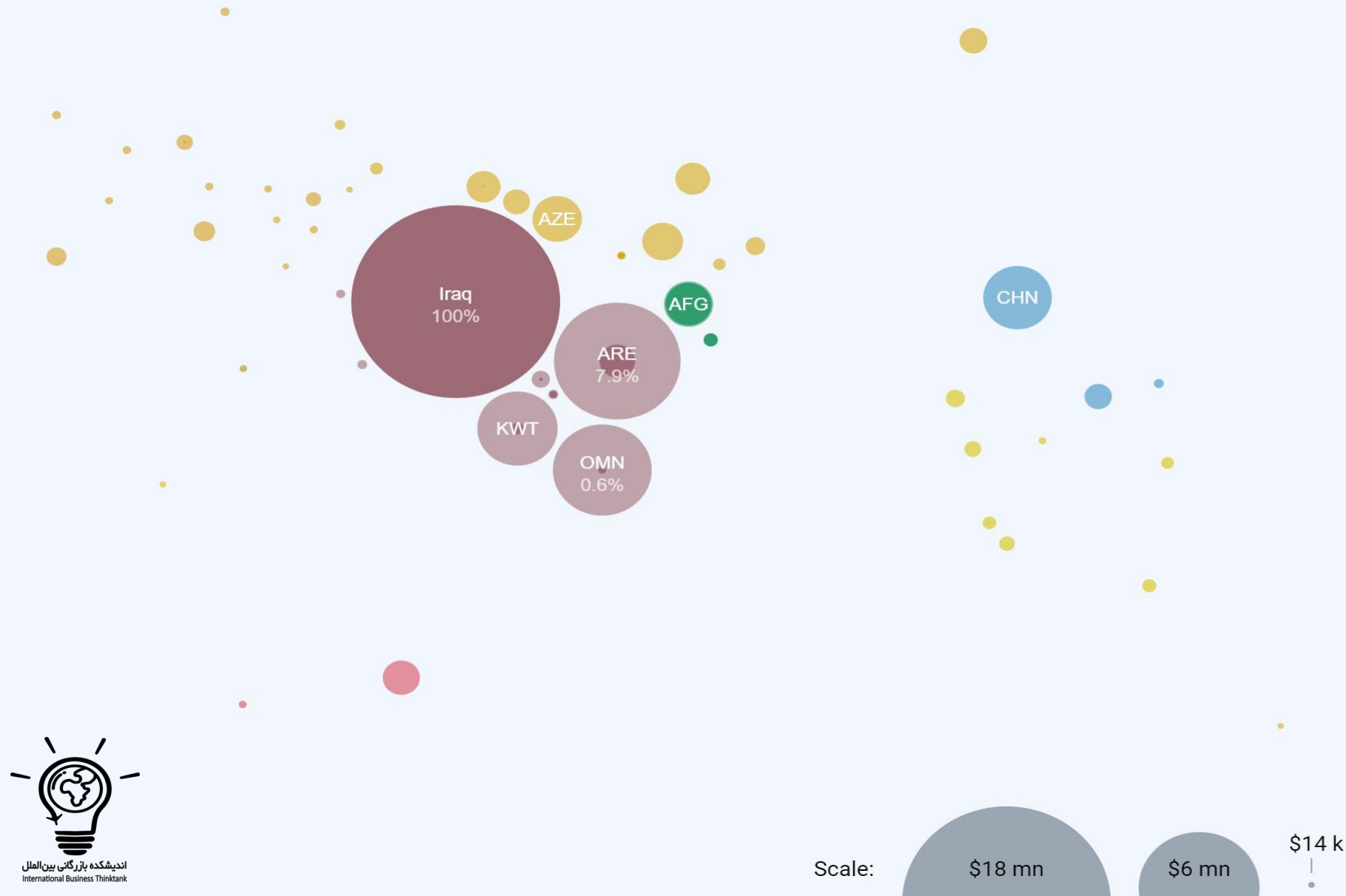
\$24 mn

\$64 k

# Markets with potential for Iran, Islamic Republic of's exports of Yogurt

## Legend

- Export potential
- Realized potential
- Middle East
- East Europe & Central Asia
- East Asia
- South Asia
- EU & West Europe
- Southern Africa
- Southeast Asia
- Northern Africa
- Western Africa
- Pacific



Scale:

\$18 mn

\$6 mn

\$14 k

Tree Map

Stacked

- COUNTRY
  - Exports
  - Imports
  - Export
  - Destinations
  - Import Origins
- PRODUCT
  - Exporters
  - Importers
- BILATERAL
  - Exports to
  - Destination
  - Imports from
  - Origin
  - Exports by
  - Product
  - Imports by
  - Product

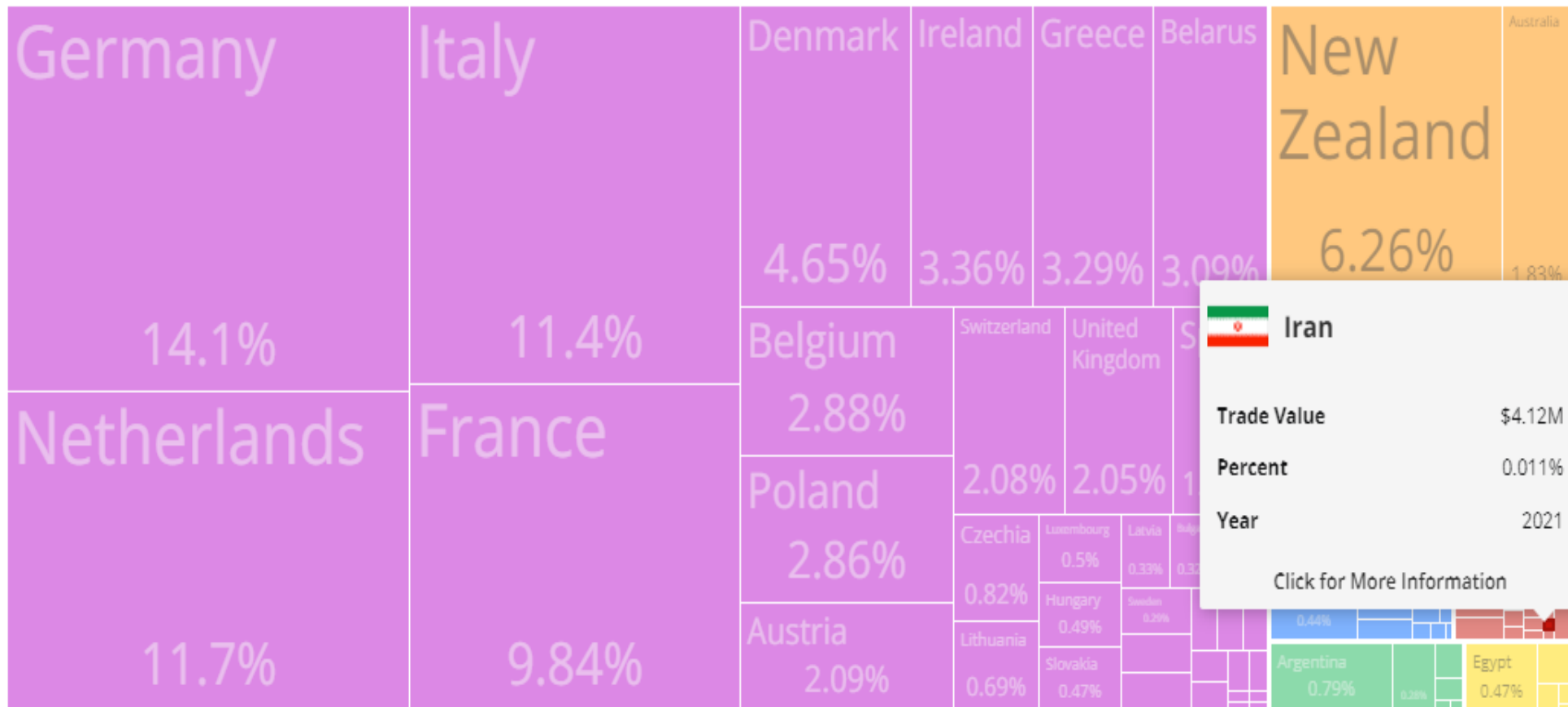
- Network
- Rings
- Geo Map
- Line
- Scatter

Product

< 2020

# Which countries export Cheese? (2021)

Total: \$38.5B



**Iran**

Trade Value: \$4.12M

Percent: 0.011%

Year: 2021

[Click for More Information](#)





# از توجه شما متشکریم



اندیشکده بازرگانی بین‌الملل  
International Business Thinktank



دانشگاه امام صادق (ع)  
۱۳۶۱

