بانک سامان
Saman Bank

نسخه ۷

صنعت شیمیایی

گزارش تازه‌ترین تحولات و دستاوردهای
صنایع شیمیایی (صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی) ایران و جهان



۱۴۰۵

صنعت شیمیایی

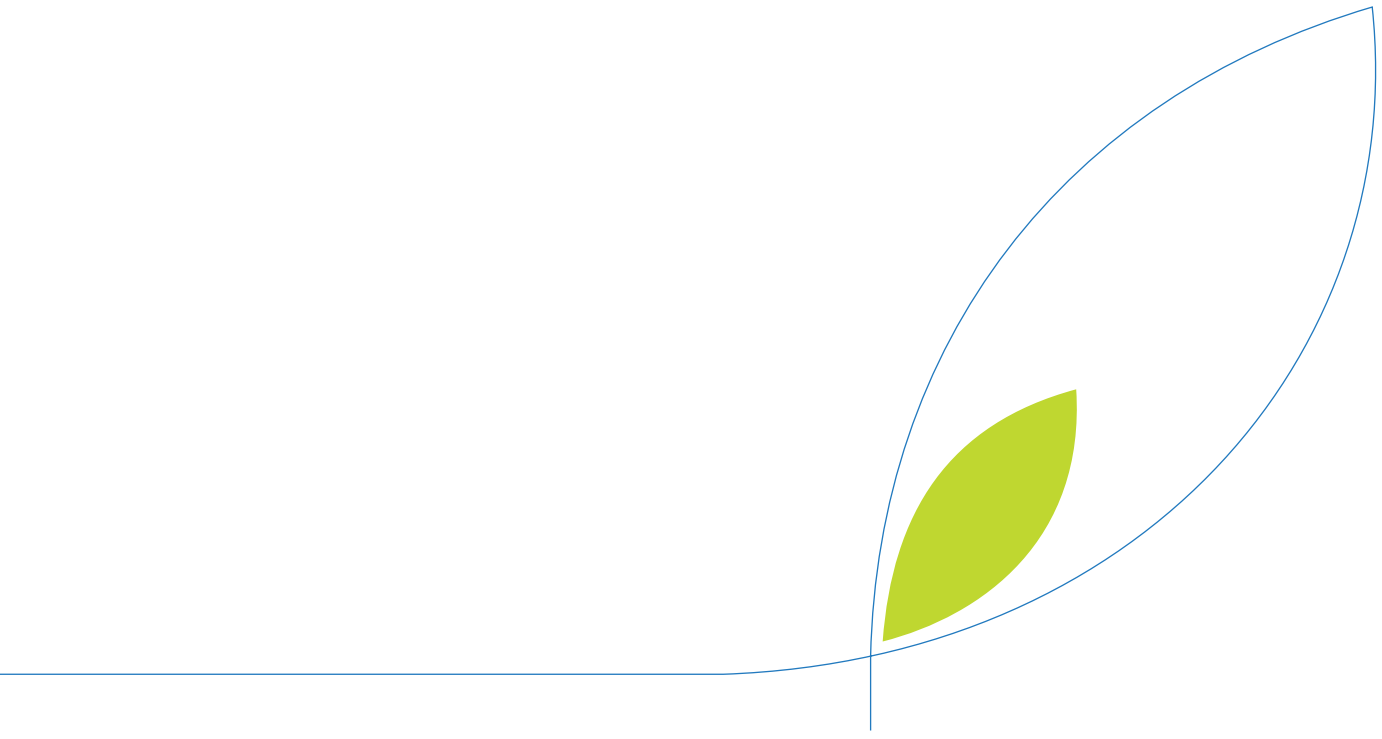
گزارش تازه‌ترین تحولات و دستاوردهای صنعت شیمیایی ایران و جهان

تألیف: مدیریت بانکداری شرکتی بانک سامان
امور پژوهشی و اجرایی: مدیریت بازاریابی و توسعه محصول و آکادمی سامان
ویراستاری و امور هنری: مدیریت روابط عمومی و صدای مشتریان

چاپ هفتم: پاییز ۱۴۰۵
شمارگان: ۵۰ نسخه
تمامی حقوق این اثر متعلق به بانک سامان است.

این گزارش با هدف ارائه به فعالان صنعت شیمیایی تهیه و تدوین شده
و بهره‌برداری از اطلاعات و مطالب آن با ذکر منبع بدون‌مانع است.

صنعت شیمیایی



پیش‌گفتار

یکی از صنایع پایه که نقش مهم و بسزایی در اقتصـاد کشور و زندگی روزمره دارد و سـایر صنایع دیگر نیز به‌نوعی به آن وابسته هستند، صنایع شیمیایی است. در صنایع شیمیایی شاهد ساخت هزاران فراورده مورد مصرف جوامع امروزی هستیم به‌نحوی‌که وابستگی و دوام و بقای جوامع پیشرفته امروزی را به صنایع شیمیایی نمی‌توان انکار کرد.

عملیات شیمیایی در حوزه نفت، گاز طبیعی و مواد معدنی و نقش آن در زندگی روزمره، حمل‌ونقل، کشاورزی و دارویی نشان‌دهنده اهمیت و گستردگی کاربرد این صنعت است. تبدیل مواد خام به مواد موردنیاز و فراوری آن از طریق واکنش شیمیایی، با ایجاد ارزش افزوده موجبات شکوفایی اقتصاد ملی را به همراه خواهد داشت.

بانک سامان به‌عنوان یک بانک پیشرو با درنظرداشتن اهمیت و جایگاه صنایع شیمیایی، این صنعت را در زمره بخش‌های استراتژیک خود برشمرده و با مطالعه این صنعت آمادگی رفع نیازهای بانکی این بخش مهم و حیاتی را دارد.

با عنایت به اینکه در حال حاضر فعالان این صنعت جزو مشتریان مهم بانک سامان هستند، این بانک به‌منظور شناخت بهتر و شناسایی نیازها و دغدغه‌های صنایع شیمیایی نسبت به تهیه این گزارش اقدام کرده است تا بتواند با تمام توان در رشد و اعتلای این صنعت گام برداشته و موجبات شکوفایی اقتصاد ملی ایران عزیز را مهیا کند.

مروت رنجبر

مدیر بانکداری شرکتی

خلاصه مدیریتی

ارزش بازار جهانی محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی از ۶۶۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۰ به بیش از ۸۸۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۵ رسیده است. بنابراین ارزش بازار این محصولات در طی این دوره سالانه به طور میانگین ۵.۷درصد رشد داشته است.

ارزش صادرات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی در سال ۲۰۲۵ به بیش از ۱۳۸ میلیارد دلار رسیده است. کشورهای فرانسه، آلمان و آمریکا اصلی‌ترین صادرکنندگان این گروه از محصولات هستند.

حجم تولیدات داخلی صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی در طی سال‌های ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۳ به‌طور میانگین ۱۹۰۰ هزار تن در سال بود. این شاخص با ۲۲درصد کاهش در سال ۱۴۰۴ نسبت به سال پیش از آن به ۱۵۰۹ هزار تن رسید.

کاهش مصرف خانوار، دو جنگ در خرداد و اسفندماه، کاهش صادرات و تعطیلی واحدهای کوچک و متوسط در این صنعت از علل این کاهش تولید ارزیابی می‌شود.

در بین واحدهای فعال صنعتی در سال ۱۴۰۴، مجوزهای صادره در سال ۱۴۰۴ با افتی ۲۵درصدی نسبت به سال پیش از آن به ۱۹۴ واحد صنعتی رسیده است.

در سال ۱۴۰۴ بیش از ۱۲,۶۳۰ خط تولید در قالب بیش از ۳۰۰۰ واحد صنعتی به تولید محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی می‌پرداختند. محصولات آرایشی و بهداشت شخصی بیشترین سهم از خطوط تولید واحدهای صنعتی را به خود اختصاص داده‌اند.

شرکت‌های فعال در صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی باتوجه‌به دو ریسک عمده این روزهای اقتصاد ایران نوسانات نرخ ارز و بی‌ثباتی اقتصادی ناشی از آن و همچنین بحران نقدینگی و ریسک‌های مالی ناشی از شوک‌های جنگ در سال ۱۴۰۴ و ۱۴۰۵ به تبیین استراتژی‌های خود پرداخته‌اند؛ اهم استراتژی‌ها به شرح زیر است:

۱. **تغیر پارادایم از مدیریت اقتصادی به مدیریت بحران:** برخی شرکت‌ها مدل مدیریت زنجیره تأمین خود را از حالت «تجاری - اقتصادی» (مبتنی بر قراردادهای بلندمدت و بهینه‌سازی هزینه‌ها) به حالت «بحران محور» و «تأمین اضطراری» تغییر داده‌اند. در این استراتژی، اولویت اصلی به‌جای تمرکز صرف بر بهینه‌سازی قیمت، بر «امنیت تأمین» و «حفظ تداوم تولید» از طریق افزایش موجودی‌ها قرارگرفته است.

۲. **تنوع‌بخشی به منابع تأمین مالی:** شرکت‌ها برای کاهش ریسک تمرکز بر نظام بانکی، به سمت روش‌های جایگزین حرکت کرده‌اند:

- استفاده از بازار سرمایه در قالب انتشار اوراق بدهی و استفاده از سایر ابزارهای نوین تأمین مالی.
- تمرکز بر تأمین مالی از محل سود حاصل از عملیات و سرمایه‌گذاری‌ها به دلیل هزینه‌های بالای استقراض خارجی.
- بهره‌مندی از فرصت پرداخت متأخر با کمترین افزایش قیمت (خرید اعتباری مواد اولیه) برای حفظ وجه نقد.

۳. **مدیریت استراتژیک تسهیلات و تعهدات بانکی:** باتوجه‌به افزایش نرخ بهره و سیاست‌های انقباضی بانک‌ها شرکت‌ها سه اقدام کلی را دنبال خواهند کرد.

- افزایش سقف اعتباری نزد بانک‌ها برای تأمین سرمایه در گردش.
- تغییر زمان‌بندی بازپرداخت‌ها برای وام‌های پرداختی.
- تسویه زودهنگام تسهیلات ارزی.

۴. **تنوع‌بخشی به مبادی ورودی و روش‌های لجستیک:** شرکت‌ها برای مقابله با اختلالات ناشی از تحریم یا درگیری‌های منطقه‌ای که زنجیره تأمین را تهدید می‌کند، به شناسایی منابع جدید برای تأمین مواد اولیه و همچنین مسیرهای جایگزین لجستیکی پرداخته‌اند.

ارزش حقیقی مصرف محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی با قیمت‌های ثابت ۱۴۰۰ در طی سال‌های ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۴ بیش از ۳.۵درصد کاهش یافته است.

ارزش صادرات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی از ۱۰۴ میلیون دلار در سال ۱۴۰۰ به ۱۶۶ میلیون دلار در سال ۱۴۰۲ رسیده است. این شاخص در دو سال بعد از آن کاهش یافت و در سال ۱۴۰۴ به ۱۲۵ میلیون دلار رسید.

ارزش واردات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی از مبادی رسمی کشور در سال ۱۴۰۴ به بیش از ۳۴ میلیون دلار رسیده است. این شاخص در سال ۱۴۰۰ معادل ۵۵ میلیون دلار بوده است. سهم واردات غیررسمی و قاچاق این محصولات در برخی از

گروه‌های کالایی مانند محصولات آرایشی بسیار بالا است.

- سورفکتانت‌ها یا "مواد فعال سطحی" ماده اولیه اصلی برای تولید انواع شوینده‌های جامد و مایع محسوب می‌شود. در این گزارش به بررسی وضعیت تولید و تجارت سه نوع عمده از این محصولات، اسید سولفونیک، تگزاپون و الکل‌های چرب خواهیم پرداخت.
- ارزش صادرات مواد اولیه از ۷۴ میلیون دلار در سال ۱۴۰۳ به ۴۴ میلیون دلار در سال ۱۴۰۴ رسیده است.
- الکل‌های چرب اصلی‌ترین ماده اولیه وارداتی صنایع شوینده محسوب می‌شوند. سهم این محصول از واردات جاذب‌های سطحی به ۹۹درصد می‌رسد.
- ارزش واردات این محصولات از ۱۹میلیون دلار در سال ۱۴۰۰ به ۶۶ میلیون دلار در سال ۱۴۰۴ رسیده است.



دسته‌بندی محصولات

در این گزارش بازار محصولات شیمیایی،
و به‌طور مشخص بازار محصولات
شوینده، آرایشی و بهداشتی [۱]
مورد بررسی قرار گرفته است.

این مجموعه شامل دو گروه کالایی کلی و شش زیرمجموعه جزئی می‌شود.
محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی در طبقه‌بندی صنعتی نیز در یک گروه قرار دارند، این مجموعه شامل محصولات مورد استفاده برای بهداشت شخصی و خانگی می‌شود.



گروه کالایی ← **شوینده و بهداشت خانگی**

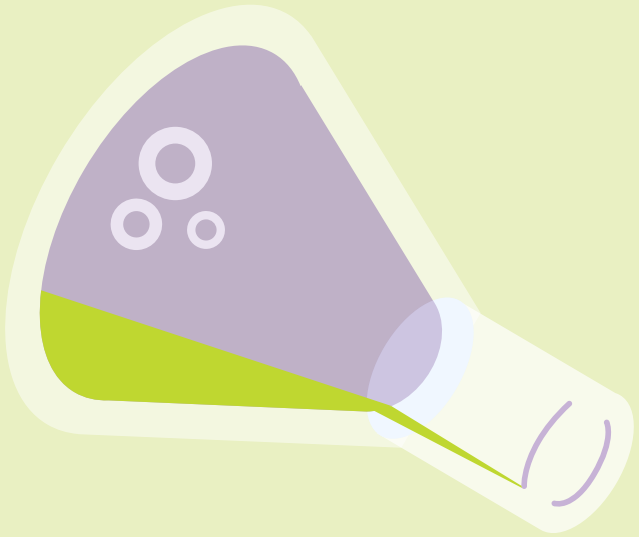
زیرمجموعه ←

شوینده ظرف و لباس



پاک‌کننده و سایر شوینده‌ها

۱- انتخاب این گروه کالایی و تمرکز بر آن با توجه به طیف مشتریان بخش بانکداری شرکتی صورت گرفته است. بدیهی است تمرکز و دقت بیشتر بر این گروه کالایی باعث افزایش کیفیت گزارش و همچنین توجه بیشتر بر نیاز مخاطبان صورت گرفته است.





آرایشی و بهداشت شخصی



آرایشی | مراقبت از پوست | بهداشت شخصی | عطر

بازار جهانی صنایع شیمیایی

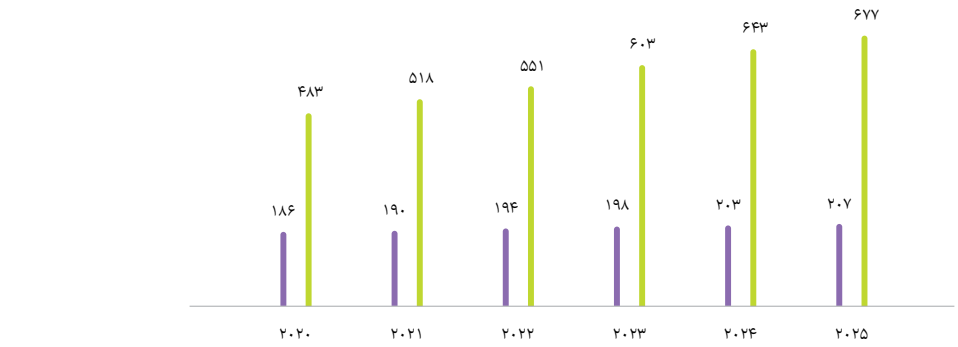
روند تحولات جهانی



ارزش بازار جهانی محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی از ۶۶۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۰ به بیش از ۸۸۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۵ رسیده است.

بنابراین ارزش بازار این محصولات در طی این دوره سالانه به طور میانگین ۵.۷درصد رشد داشته است. سهم محصولات آرایشی و بهداشت شخصی از این بازار در سال ۲۰۲۵ به ۷۷درصد می‌رسد. سهم محصولات شوینده و بهداشت خانگی نیز تنها ۲۳درصد است. در طی پنج سال اخیر بازار محصولات آرایشی و بهداشت خانگی رشد بیشتری نسبت به محصولات شوینده و بهداشت خانگی داشته است.

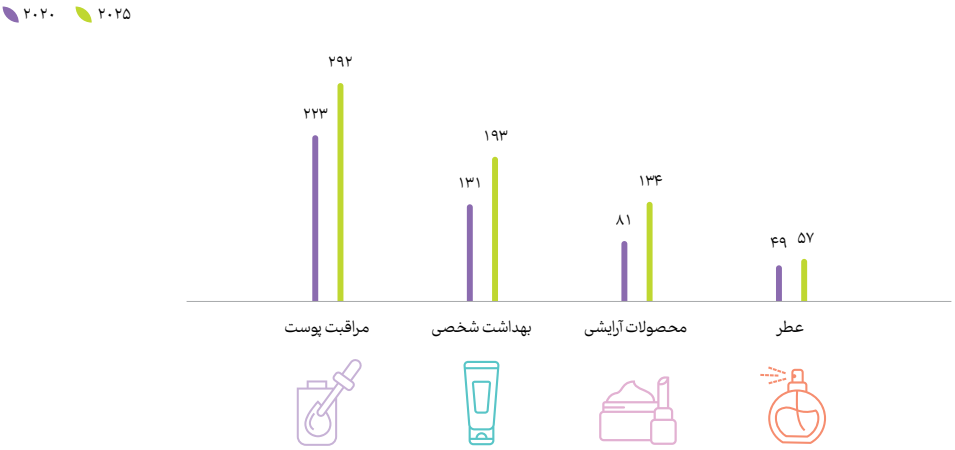
ارزش بازار جهانی محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی (میلیارد دلار)



ارزش جهانی بازار به تفکیک محصولات

محصولات آرایشی و بهداشت شخصی شامل چهار زیرمجموعه کلی است. در سال ۲۰۲۵ محصولات مراقبت پوست، بهداشت شخصی، محصولات آرایشی و عطر به ترتیب سهمی ۴۳، ۲۹، ۲۰ و ۸درصد از این بازار را در اختیار داشتند.
در طی سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۵ سهم محصولات مراقبت پوست و عطر کاهش‌یافته و در مقابل سهم محصولات آرایشی و بهداشت شخصی افزایش یافته است.

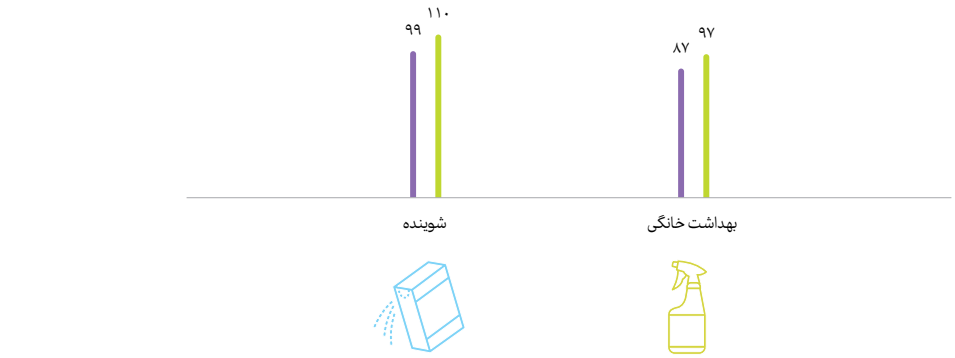
ارزش بازار جهانی انواع محصولات آرایشی و بهداشت شخصی (میلیارد دلار)



www.statista.com

در طی سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۵ ارزش بازار محصولات شوینده و بهداشت خانگی سالانه به طور متوسط ۲.۲درصد افزایش یافته است.
سهم محصولات شوینده و بهداشت خانگی از این بازار به ترتیب ۵۳ و ۴۷درصد است.

ارزش بازار انواع محصولات شوینده و بهداشت خانگی (میلیارد دلار)



www.statista.com



پیش‌بینی ارزش جهانی کل بازار در آینده

طبق پیش‌بینی‌های موجود ارزش بازار جهانی محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی در سال ۲۰۳۰ به بیش از ۱,۰۵۸ میلیارد دلار خواهد رسید. برآوردهای جهانی نشان می‌دهد که رشد سالانه بازار در سال‌های آتی ۳.۶۶درصد خواهد بود.

ارزش بازار جهانی محصولات جهانی شوینده، آرایشی و بهداشتی در افق ۲۰۳۰ (میلیارد دلار)



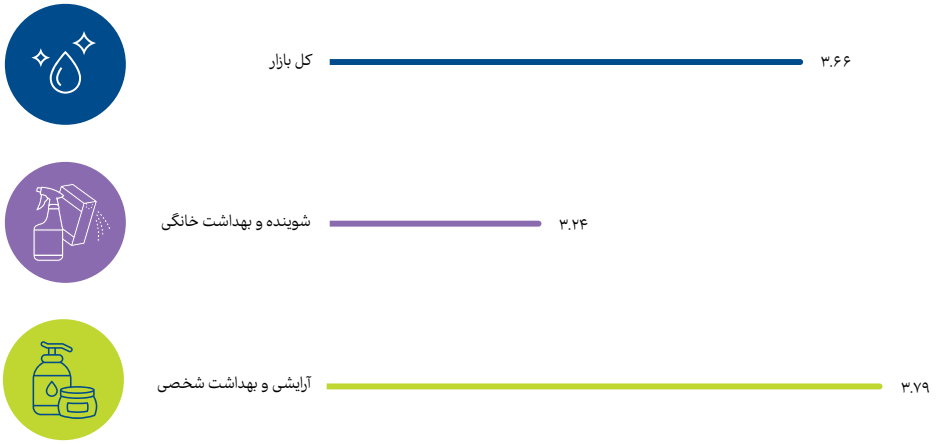
رشد جهانی به تفکیک محصولات

میزان رشد بازار انواع محصولات شیمیایی در افق ۲۰۳۰ متفاوت است. نرخ متوسط رشد ارزش بازار محصولات آرایشی و بهداشتی شخصی ۳.۷۹درصد خواهد بود.



محصولات بهداشت خانگی و شوینده‌ها نیز در این بازه زمانی سالانه **۳.۲۴درصد** رشد خواهند داشت.

متوسط سالانه رشد جهانی شوینده، آرایشی و بهداشتی در افق ۲۰۳۰ (درصد)

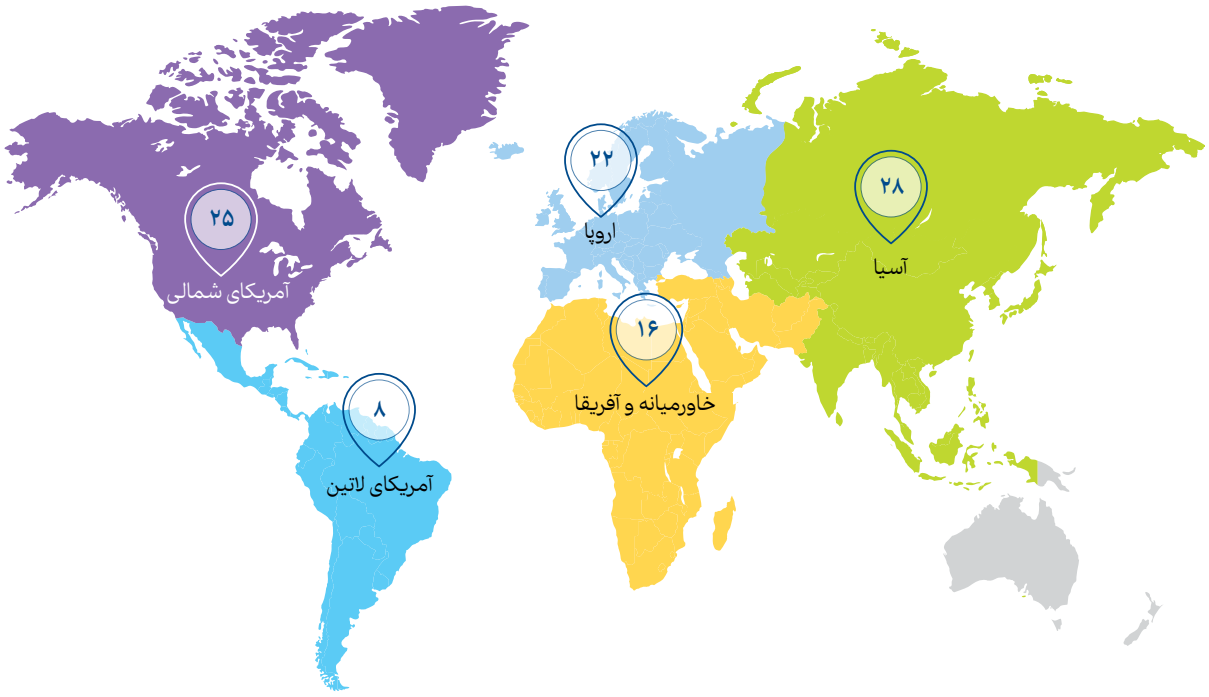


جغرافیای بازار

ارزش بازار به تفکیک قاره‌ها

طی سال‌های اخیر بازار محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی در آسیا از آمریکای شمالی و اروپا پیشی گرفته است.

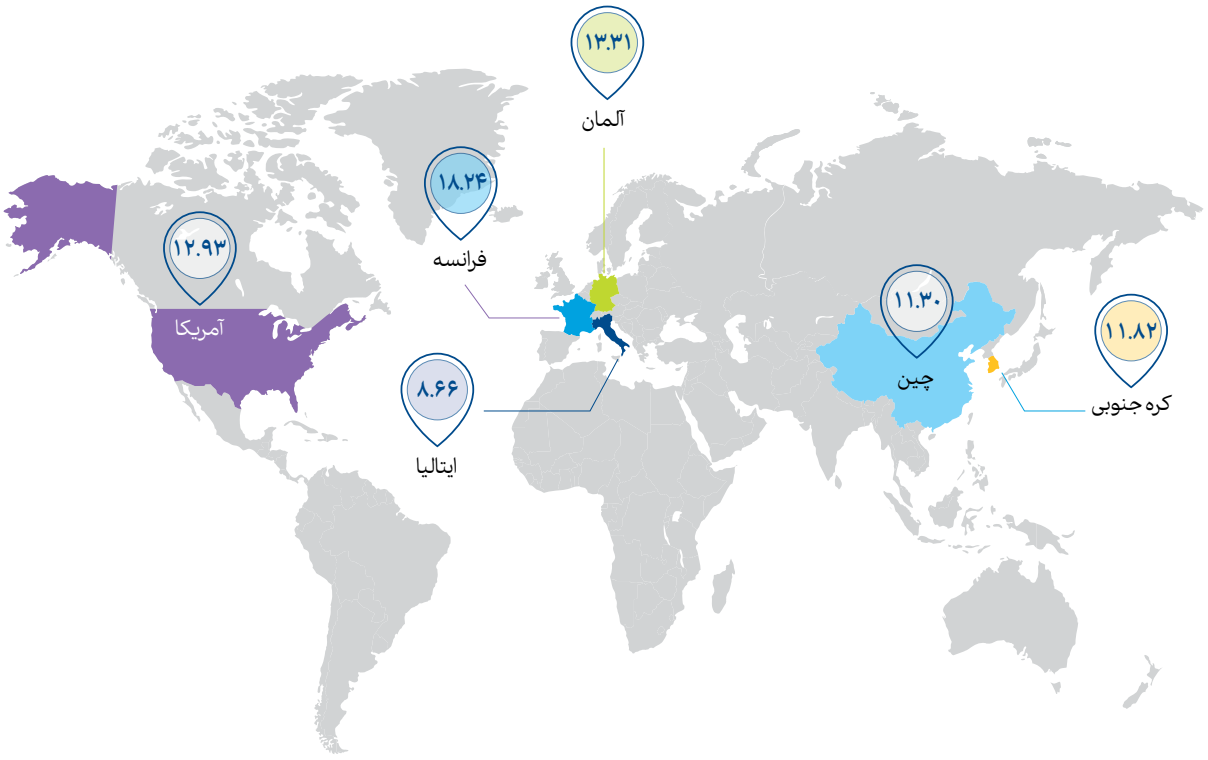
سهم مناطق مختلف جغرافیایی از بازار محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی - ۲۰۲۵ (درصد)



صادرکنندگان عمده محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی

ارزش صادرات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی در سال ۲۰۲۵ به بیش از ۱۳۸ میلیارد دلار رسیده است. شش کشور بیش از ۵۵درصد از این بازار صادراتی را در اختیار دارند. کشورهای فرانسه، آلمان و آمریکا اصلی‌ترین صادرکنندگان این گروه از محصولات هستند. کشورهای کره‌جنوبی، چین و ایتالیا در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

صادرکنندگان عمده محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی - ۲۰۲۵ (میلیارد دلار)



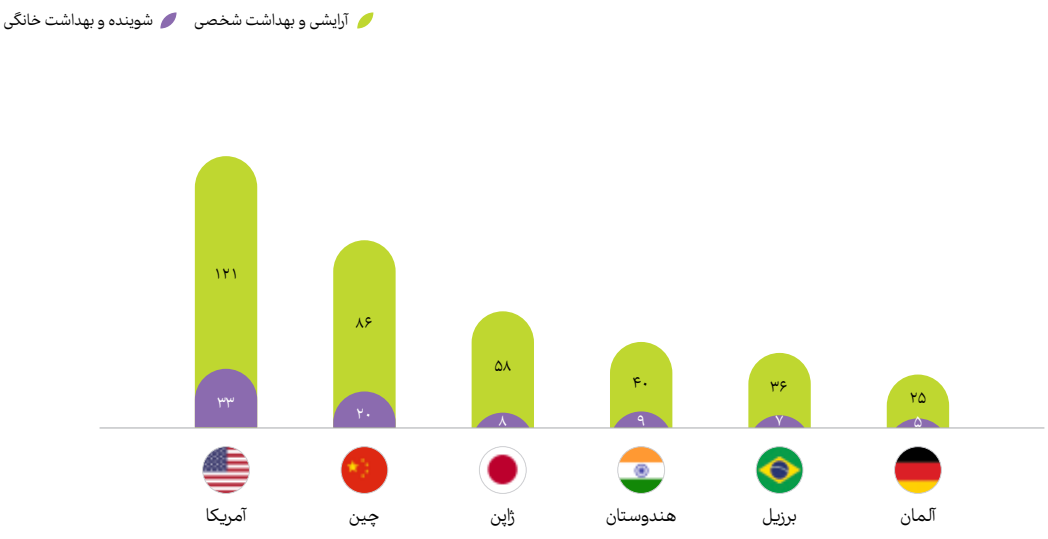
بازارهای عمده مصرف



سهم شش کشور اول از کل بازار جهانی محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی در سال ۲۰۲۵ به **۴۲ درصد** می‌رسد.

کشورهای آمریکا، چین و ژاپن در رتبه‌های اول تا سوم و کشورهای هندوستان، برزیل و آلمان در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

بازارهای عمده مصرف محصولات شوینده و بهداشتی - ۲۰۲۵ (میلیارد دلار)



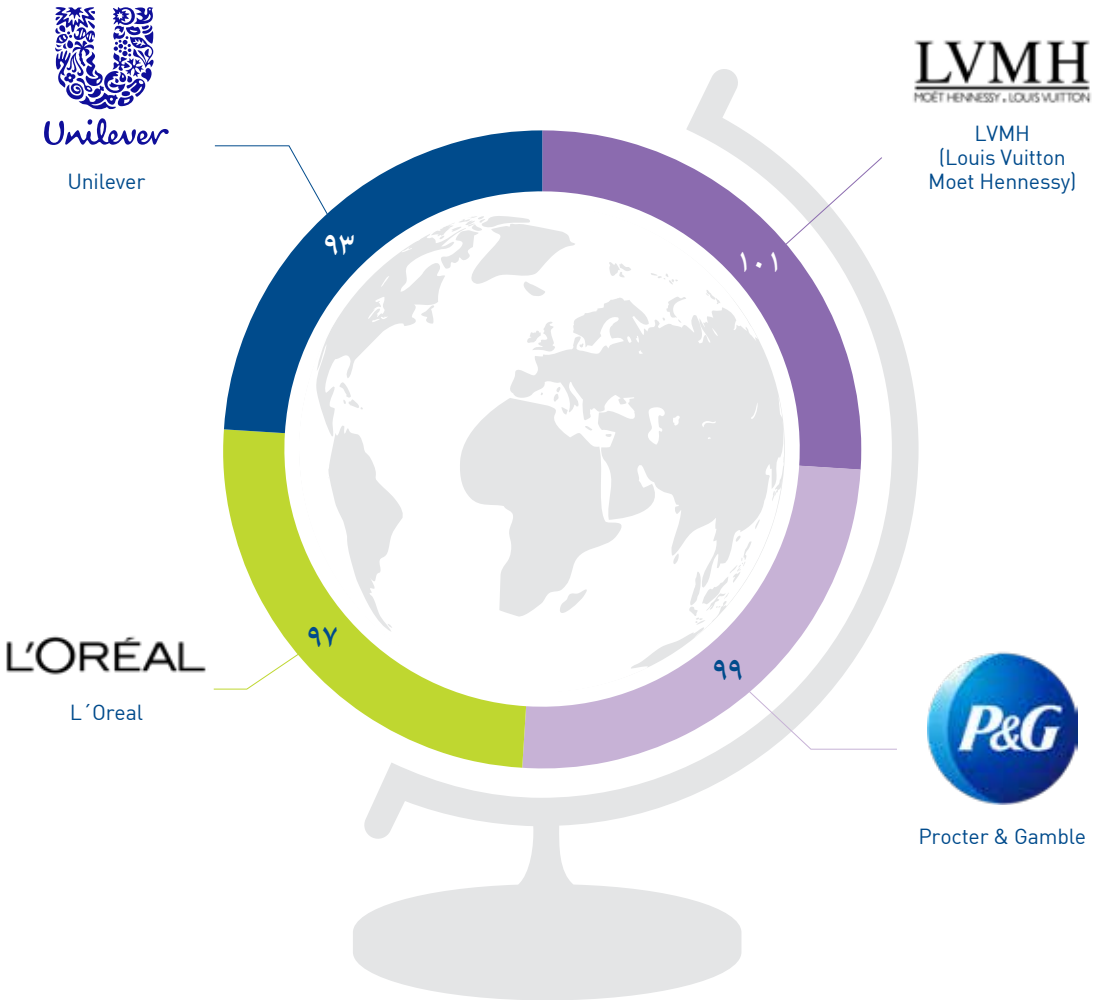


شرکت‌های برتر جهان

سهم شرکت‌های بزرگ از کل بازار

بر اساس برآوردهای انجام شده از فروش و درآمد شرکت‌های برتر جهانی در سال ۲۰۲۵، چهار شرکت برتر تولیدکننده محصولات شوینده آرایشی و بهداشتی ۳۷درصد از بازار جهانی را در اختیار دارند. این شرکت‌ها در طیف متنوعی از محصولات بهداشتی، آرایشی و محصولات لوکس و همچنین بازار مد به فعالیت می‌پردازند.

شرکت‌های برتر صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی برحسب درآمد - ۲۰۲۵ (میلیارد دلار)

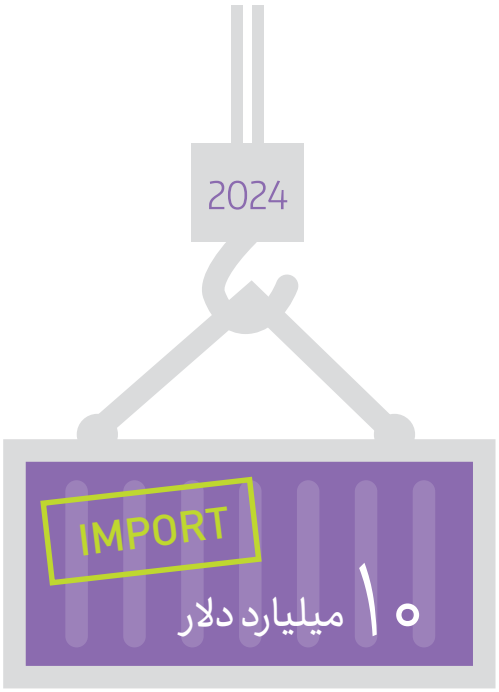




بازار منطقه خاورمیانه

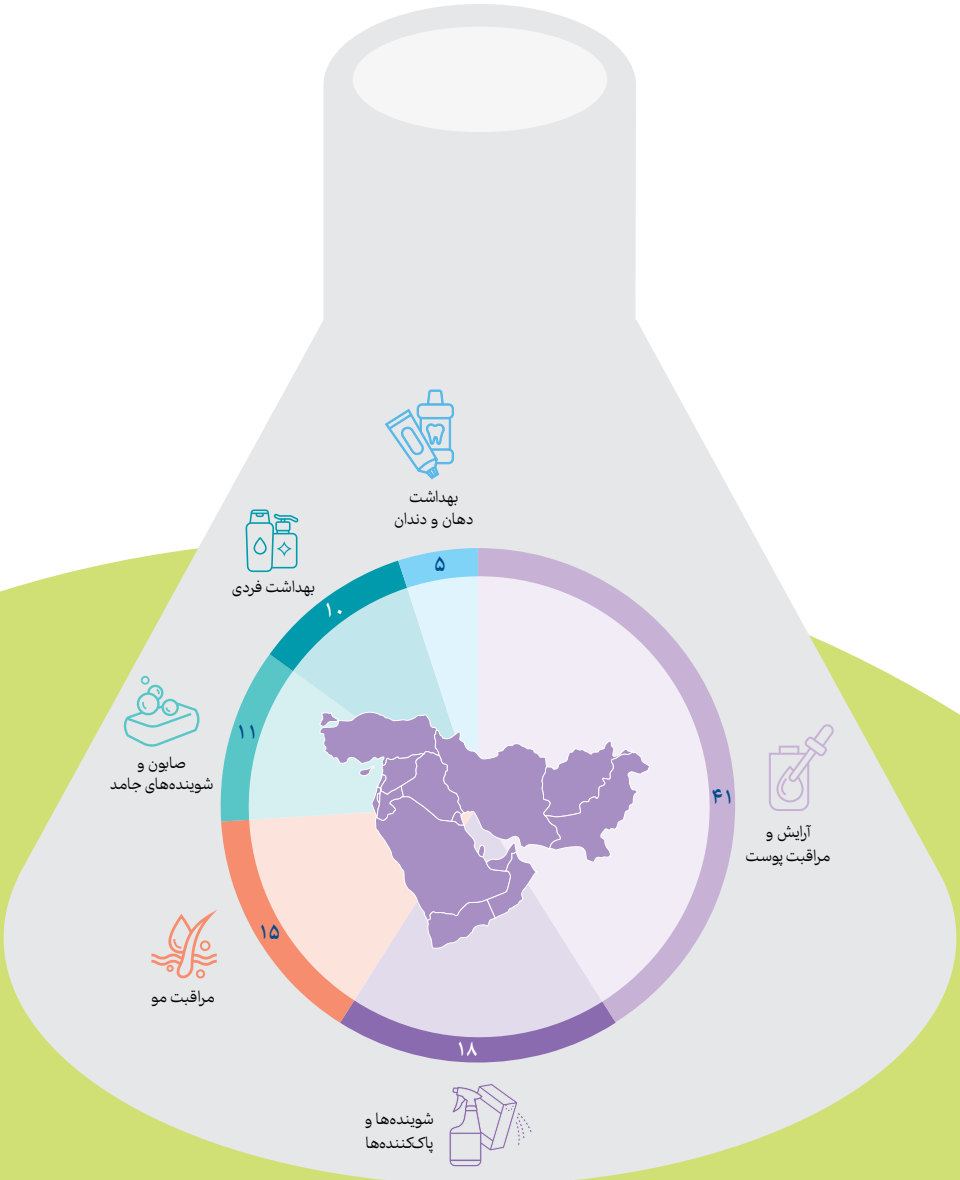
کشورهای منطقه در سال ۲۰۲۴ بیش از ۱۰ میلیارد دلار صرف واردات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی کرده‌اند. سه کشور امارات، عربستان و ترکیه ۷۰درصد از واردات این طیف از محصولات در منطقه را به خود اختصاص داده‌اند. پس از این سه کشور عراق، عمان و کویت در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

ارزش واردات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی به کشورهای منطقه خاورمیانه - ۲۰۲۵ (میلیون دلار)



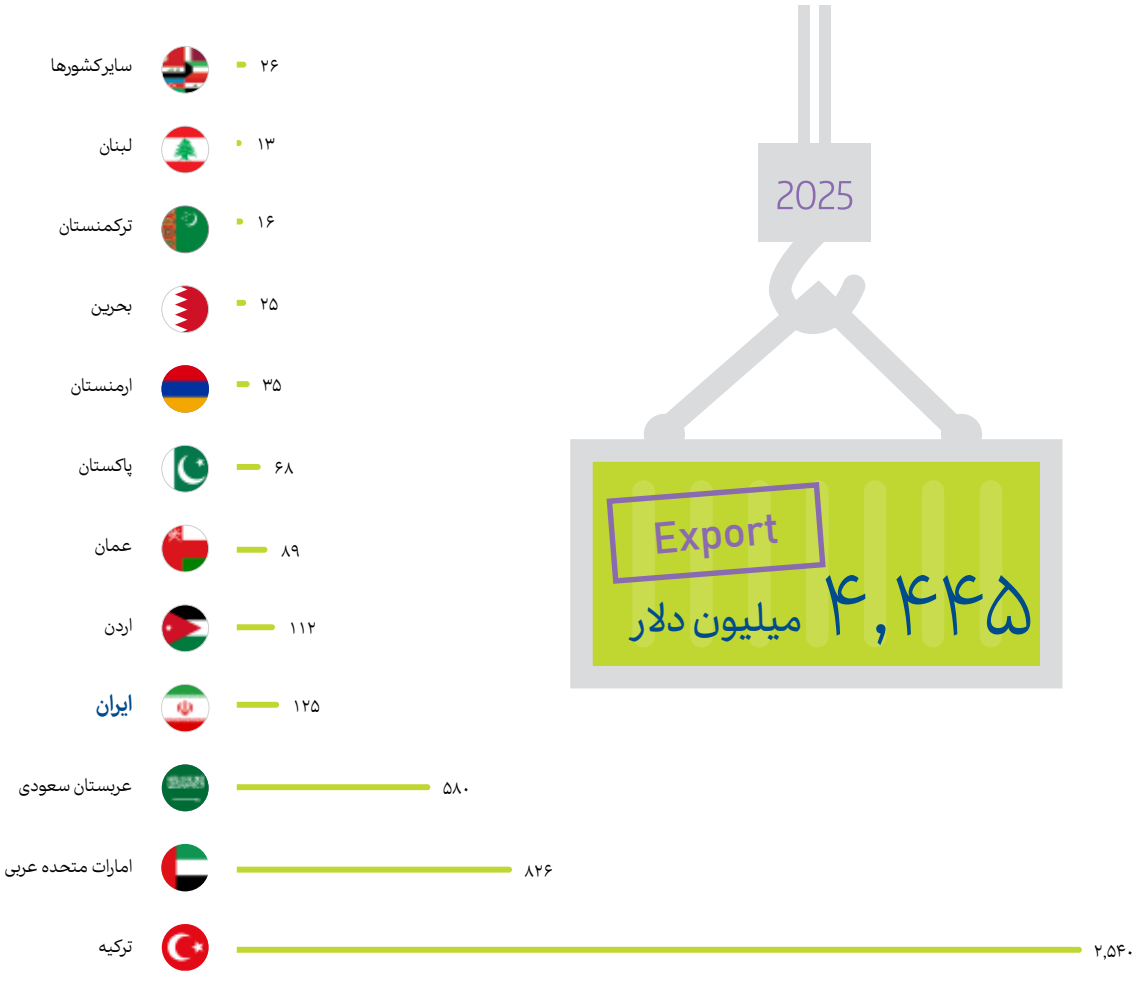
بخش مهم واردات در منطقه مربوط به محصولات آرایشی و مراقبت پوست است. بخش مهمی از واردات ایران ازکانال‌های غیر رسمی انجام می‌شود که در آمارهای ارائه شده لحاظ نگردیده است.

سهم محصولات از ارزش واردات منطقه خاورمیانه - ۲۰۲۵ (درصد)



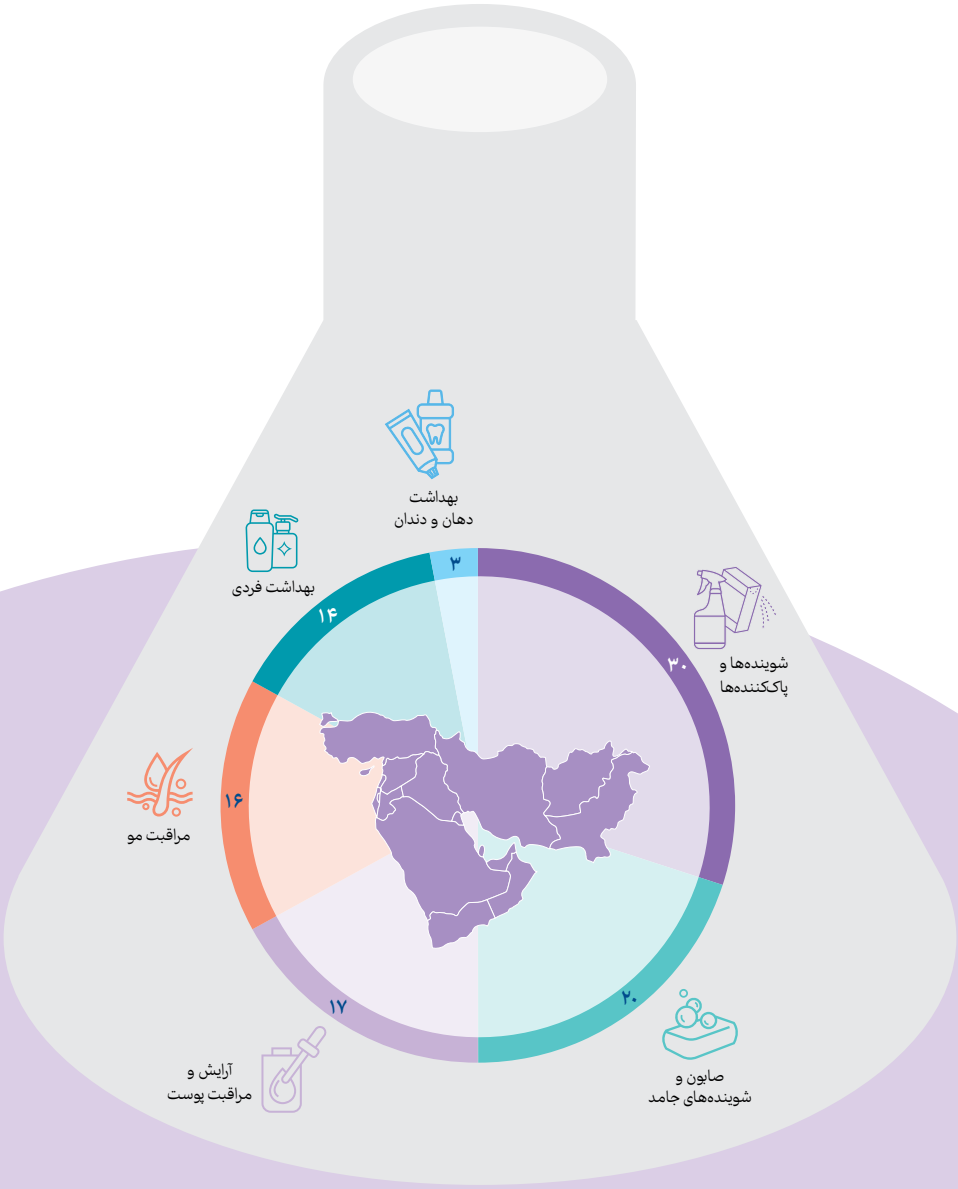
ارزش صادرات محصولات شـــیمیایی توسط کشورهای منطقه در سال ۲۰۲۵ به بیش از ۴میلیارد و ۴۵۵میلیـــون دلار رسیده است. کشور ترکیه به‌تنهایی ۵۸درصد از این صادرات را به خود اختصاص داده است. کشورهای امارات متحده عربی، عربستان و ایران در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

ارزش صادرات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی توسط کشورهای منطقه خاورمیانه - ۲۰۲۵ (میلیون دلار)



انواع محصولات شوینده و بهداشتی خانگی نیمی از ارزش محصولات صادراتی منطقه را به خود اختصاص می‌دهند.

سهم محصولات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی از ارزش صادرات منطقه خاورمیانه - ۲۰۲۵ (درصد)



بازار محصولات شیمیایی ایران

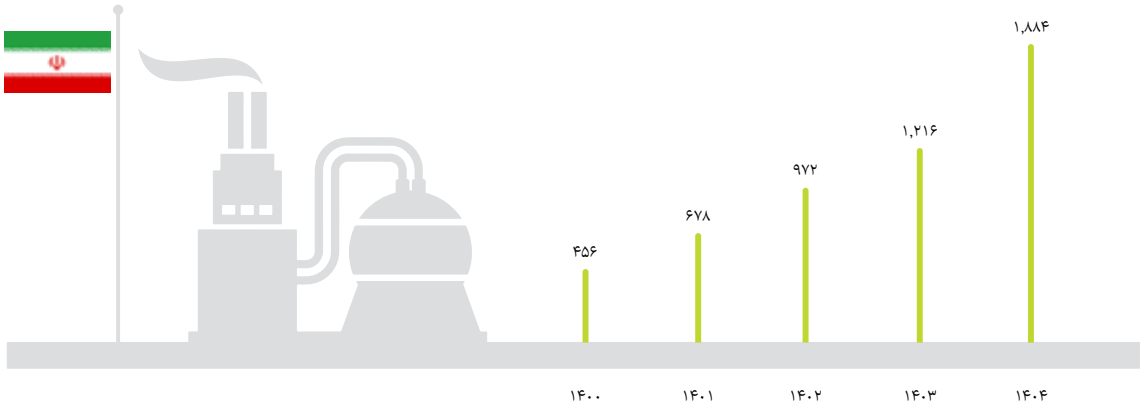
ارزش بازار و روند عرضه و تقاضا

صنایع شیمیایی ایران



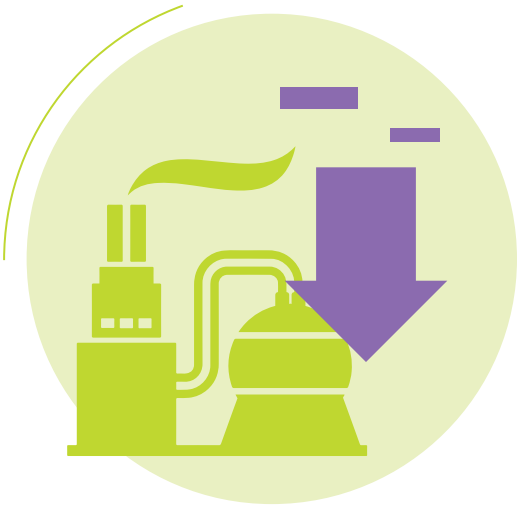
ارزش تولیدات صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی کشور در سال ۱۴۰۴ به بیش از **۱,۸۸۴ هزار میلیارد ریال** رسیده است.

ارزش تولیدات داخلی محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی (هزار میلیارد ریال)



حجم تولیدات صنعت

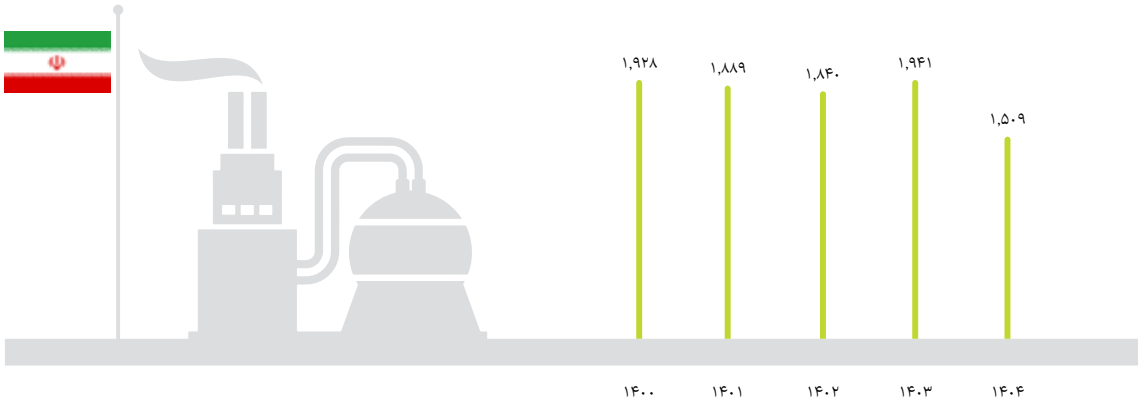
حجم تولیدات داخلی صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی درطی سال‌های ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۳ به‌طور میانگین ۱۹۰۰ هزار تن در سال بود.



این شاخص با ۲۲ درصد کاهش در سال ۱۴۰۴ نسبت به سال پیش از آن به ۱۵۰۹ هزار تن رسید.

کاهش مصرف خانوار، دو جنگ در خرداد و اسفندماه، کاهش صادرات و تعطیلی واحدهای کوچک و متوسط در این صنعت از علل این کاهش تولید ارزیابی می‌شود.

حجم تولیدات داخلی محصولات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی (هزار تن)



• وزارت صنعت، معدن و تجارت، گزارش عملکرد سالانه

حجم تولید محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی به تفکیک گروه‌های کالایی

در طی سال‌های گذشته حجم تولید محصولات آرایشی و بهداشت شخصی پس ازگذار از همه‌گیری کرونا روند ثابتی را طی کرده است و به طور متوسط سالانه ۶۹ هزار تن از این محصولات درکشور تولید شده است.

٪۲۳



حجم تولیدات داخلی شوینده‌ها در سال ۱۴۰۴ حدود **۲۳ درصد** کاهش‌یافته و به **۱,۴۳۶ هزار تن** رسیده است.

این در حالی است که حجم تولیدات این گروه کالایی در طی سال‌های ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۳ به طور متوسط ۱,۸۳۹ هزار تن بوده است.

حجم تولید داخلی محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی (هزار تن)



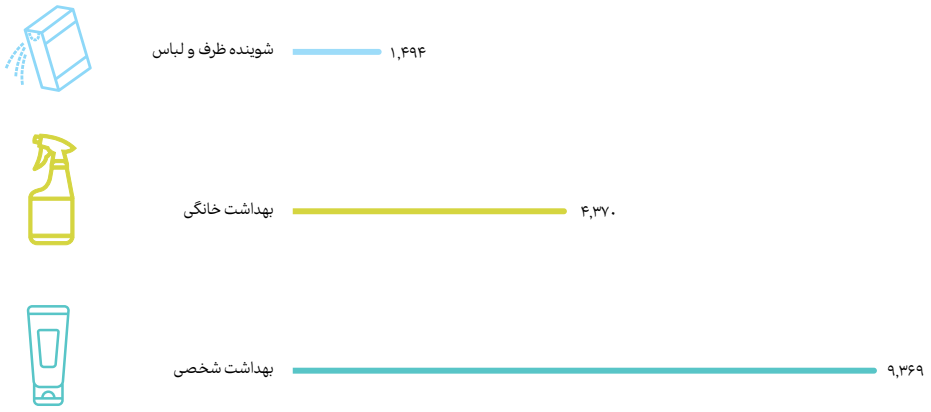
● وزارت صنعت، معدن و تجارت، گزارش عملکرد سالانه

ظرفیت تولید به تفکیک محصولات

ظرفیت تولید صنایع شوینده به بیش از **۱۵ میلیون تن** می‌رسد. این ظرفیت شامل مواد اولیه و محصولات نهایی صنایع شوینده می‌شود.



ظرفیت واحدهای صنعتی فعال صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی - ۱۴۰۴ (هزار تن)



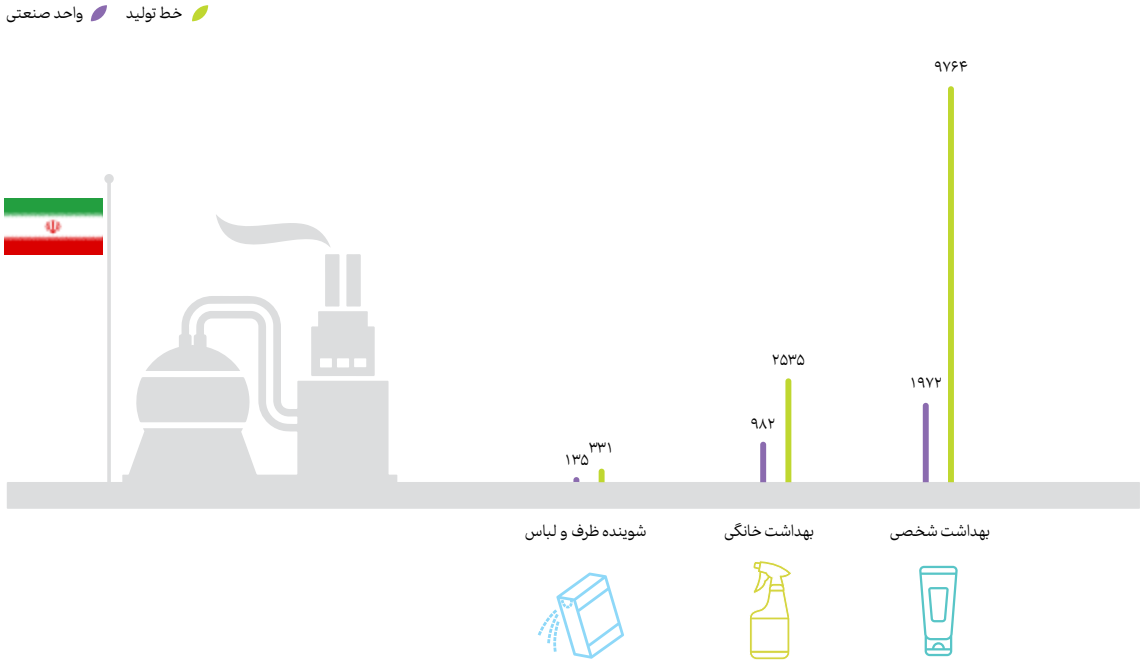
● ظرفیت‌های فعال - وزارت صنعت، معدن و تجارت

روند افزایش ظرفیت تولید در طول سال‌ها

در سال ۱۴۰۴ بیش از ۱۲,۶۳۰ خط تولید در قالب بیش از ۳۰۰۰ واحد صنعتی به تولید محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی می‌پرداختند. محصولات آرایشی و بهداشت شخصی بیشترین سهم از خطوط تولید واحدهای صنعتی را به خود اختصاص داده‌اند. تنوع محصول تولیدی، نسبت خط تولید به واحد صنعتی، درگروه محصولات آرایشی و بهداشت شخصی بیشتر از انواع محصولات شوینده و بهداشتی خانگی است.



تعداد واحدهای فعال در صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی به تفکیک گروه‌های کالایی - ۱۴۰۴

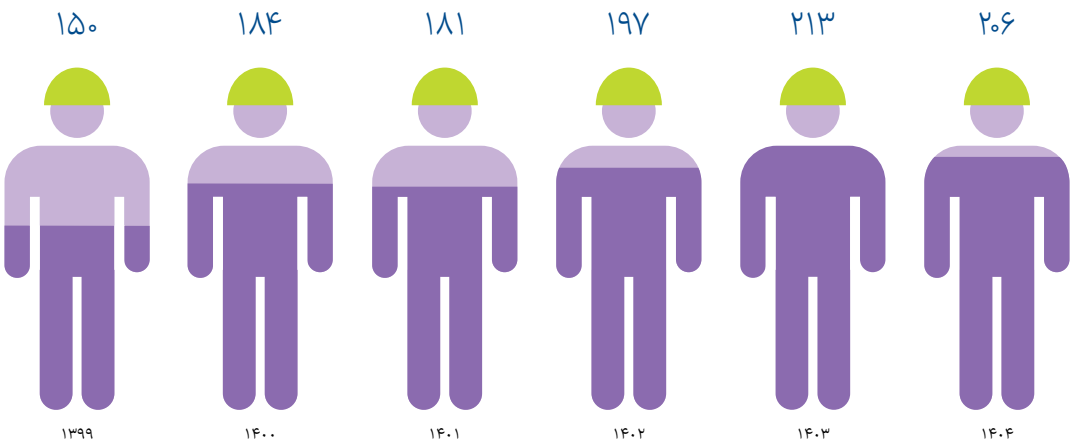


● گزارش عملکرد سالانه، وزارت صنعت، معدن و تجارت

وضعیت نیروی کار

تعداد نیروی کار فعال در کارگاه‌های بالای ۱۰ نفر صنایع شیمیایی از ۱۵۰ هزار نفر در سال ۱۳۹۹ به ۲۱۳ هزار نفر در سال ۱۴۰۳ رسیده بود. این شاخص در سال ۱۴۰۴ با کاهشی ۳.۳ درصدی به ۲۰۶ هزار نفر رسیده است.

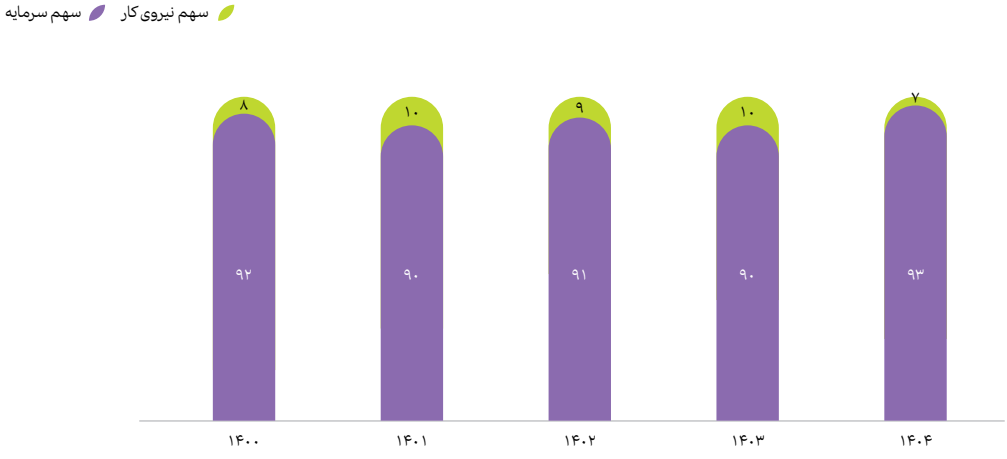
تعداد کارکنان صنایع شیمیایی (هزار نفر)



• طرح جامع آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی کشور - مرکز آمار

صنایع شیمیایی جزء صنایع سرمایه‌بر محسوب می‌شوند. سهم جبران خدمات نیروی کار از ارزش افزوده تولیدی در صنعت در سال‌های اخیر کاهش‌یافته است و از ۱۰ درصد در سال ۱۴۰۳ به ۷ درصد در سال ۱۴۰۴ رسیده است. افزایش نسبی هزینه سایر عوامل تولید باعث کاهش سهم جبران خدمات در سال‌های اخیر شده است.

سهم سرمایه و نیروی کار از ارزش افزوده صنایع شیمیایی (درصد)



• طرح جامع آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی کشور - مرکز آمار

چشم‌انداز بازار از منظر فعالان صنایع شیمیایی

ریسک‌ها

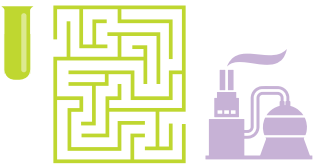
شرکت‌های فعال به رتبه‌بندی ریسک‌های فعالیت‌های صنعتی خود نیز می‌پردازند. مخاطرات فعالیت‌های اقتصادی در این صنعت تحت‌تأثیر دو عامل عمده قرار دارد. عامل اول مشکل مزمن نوسانات نرخ ارز و سیاست‌های دولت در این زمینه است. چالش جدید بروز دو جنگ تحمیلی در سال ۱۴۰۴ بوده است؛ بنابراین در این قسمت علاوه بر مرور ریسک‌های اقتصادی صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی، به تأثیر مستقیم این دو عامل بر عرضه و تقاضا و استراتژی‌های گرفته شده برای مدیریت این عوامل خواهیم پرداخت. در ادامه به ترتیب مهم‌ترین ریسک‌های شرکت‌های صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی مورد بررسی قرار خواهند گرفت:

نوسانات نرخ ارز و بی‌ثباتی ارزی



نرخ ارز تاثیر مستقیمی در بهای تمام شده مواد اولیه وارداتی و درآمد صادراتی هر شرکت دارد؛ بنابراین این متغیر به‌عنوان مهمترین عامل تاثیرگذار بر سودآوری و جریان نقدینگی شرکت‌ها ارزیابی شده است.

تأمین مواد اولیه



افزایش جهانی قیمت‌ها، دشواری در تخصیص ارز و اختلال در زنجیره تأمین مواد اولیه (داخلی و خارجی) به‌عنوان چالشی مداوم ذکر شده که می‌تواند منجر به توقف خطوط تولید شود.

تحریم‌های اقتصادی، تنش‌های بین‌المللی و جنگ



وجود تحریم‌های بانکی، حمل‌ونقل و همچنین وقوع درگیری‌های منطقه‌ای اخیر، بر مراودات بین‌المللی، انتقال ارز و تأمین مواد اولیه اثر منفی گذاشته و هزینه‌های لجستیک را افزایش داده است.

ریسک نقدینگی و تأمین مالی



کمبود وجه نقد برای تأمین سرمایه درگردش، افزایش نرخ بهره تسهیلات بانکی و سیاست‌های انقباضی بازارهای مالی، ریسک نقدینگی را برای شرکت‌ها دوچندان کرده است.

ناترازی و محدودیت‌های تأمین انرژی



قطعی اجباری برق در تابستان و گاز در زمستان، درکنار افزایش نرخ حامل‌های انرژی، از جمله ریسک‌های صنعتی مهمی است که ظرفیت تولید و بهای تمام شده محصولات را تحت تأثیر قرار می‌دهد.



استراتژی‌ها

در این بخش استراتژی‌های شرکت‌های فعال در صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی باتوجه‌به دو ریسک عمده این روزهای اقتصاد ایران نوسانات نرخ ارز و بی‌ثباتی اقتصادی ناشی از آن و همچنین بحران نقدینگی و ریسک‌های مالی ناشی از شوک‌های جنگ در سال ۱۴۰۴ و ۱۴۰۵ مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۱ - نوسانات نرخ ارز و بی‌ثباتی اقتصادی

شرکت‌های بزرگ برای مدیریت زنجیره تأمین باتوجه‌به نوسانات نرخ ارز و بی‌ثباتی اقتصادی ناشی از آن استراتژی‌های زیر را اتخاذ کرده‌اند:

تغییر پارادایم از مدیریت اقتصادی به مدیریت بحران



برخی شرکت‌ها مدل مدیریت زنجیره تأمین خود را از حالت «تجاری - اقتصادی» (مبتنی بر قراردادهای بلندمدت و بهینه‌سازی هزینه‌ها) به حالت «بحران‌محور» و «تأمین اضطراری» تغییر داده‌اند. در این استراتژی، اولویت اصلی به‌جای تمرکز صرف بر بهینه‌سازی قیمت، بر «امنیت تأمین» و «حفظ تداوم تولید» از طریق افزایش موجودی‌ها قرارگرفته است.

بومی‌سازی و جایگزینی مواد اولیه



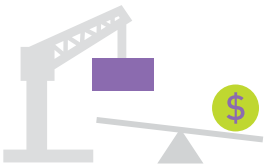
یکی از راهبردهای کلیدی برای کاهش وابستگی به ارز، شناسایی منابع تأمین داخلی و جایگزینی مواد اولیه و ملزومات بسته‌بندی وارداتی با محصولات مشابه داخلی است. این اقدام نه‌تنها ریسک نوسانات ارز را کاهش می‌دهد، بلکه منجر به صرفه‌جویی‌های ارزی و کاهش بهای تمام‌شده شده است. همچنین بومی‌سازی دانش فنی و ساخت ماشین‌آلات در داخل برای کاهش نیاز به خدمات خارجی دنبال می‌شود.

مدیریت استراتژیک موجودی انبار



شرکت‌ها برای مصون‌ماندن از شوک‌های قیمتی و توقف تأمین، اقدام به افزایش سطح موجودی انبارها کرده‌اند. شرکت‌ها برای این منظور به بازتعریف حداقل موجودی انبار متناسب با شرایط متغیر اقتصادی اهتمام می‌ورزند. به‌طور مشخص شرکت‌ها به تأمین مواد اولیه داخلی برای مصرف سه ماه و مواد اولیه وارداتی برای حداقل شش ماه مصرف اقدام کرده‌اند. در نهایت شاخص اصلی در این بخش تطبیق مستمر حجم خرید با هزینه‌های مالی و انبارداری در شرایط نااطمینانی سیاسی و اقتصادی است.

ایجاد تعادل ارزی



مدیریت منابع و مصارف ارزی از طریق توسعه صادرات، استراتژی دیگری است که شرکت‌ها برای تأمین ارز مورد نیاز واردات خود (نقدینگی ارزی) به کار می‌گیرند. در این راستا شرکت‌ها با اختصاص ارز حاصل از صادرات برای خرید مجدد مواد اولیه وارداتی و تسویه زودهنگام تسهیلات ارزی سعی در مدیریت ریسک از این طریق را دارند.

تنوع‌بخشی به منابع تأمین مالی



شرکت‌ها برای کاهش ریسک تمرکز بر نظام بانکی، به سمت روش‌های جایگزین حرکت کرده‌اند. استفاده از بازار سرمایه در قالب انتشار اوراق بدهی و استفاده از سایر ابزارهای نوین تأمین مالی. تمرکز بر تأمین مالی از محل سود حاصل از عملیات و سرمایه‌گذاری‌ها به دلیل هزینه‌های بالای استقراض خارجی. بهره‌مندی از فرصت پرداخت متأخر با کمترین افزایش قیمت (خرید اعتباری مواد اولیه) برای حفظ وجه نقد.

۲- گزارش‌های تفسیری مدیریت

براساس گزارش‌های تفسیری مدیریت، شرکت‌های فعال در صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی برای مقابله با بحران نقدینگی و ریسک‌های مالی ناشی از شوک‌های جنگ در سال ۱۴۰۴، مجموعه‌ای از استراتژی‌های تأمین مالی و مدیریت منابع نقدی را اتخاذ کرده‌اند که مهم‌ترین آن‌ها به شرح زیر است:

بهینه‌سازی چرخه وصول مطالبات



شرکت برای کاهش دوره وصول مطالبات به تغییر سیاست‌های فروش، حرکت به سمت فروش نقدی و کاهش سهم فروش اعتباری، بازنگری در تخفیفات و پیگیری مطالبات ارزی خواهد پرداخت.

مدیریت استراتژیک تسهیلات و تعهدات بانکی



با توجه به افزایش نرخ بهره و سیاست‌های انقباضی بانک‌ها شرکت‌ها سه اقدام کلی را دنبال خواهند کرد. افزایش سقف اعتباری نزد بانک‌ها برای تأمین سرمایه درگردش، تغییر زمان‌بندی بازپرداخت‌ها برای وام‌های پرداختی و همچنین تسویه زودهنگام تسهیلات ارزی.

کنترل هزینه‌ها و صیانت از جریان نقدینگی



در شرایط بحرانی، صیانت از منابع موجود به‌اندازه تأمین منابع جدید اهمیت یافته است. این مهم از طریق حذف فعالیت‌های فاقد ارزش افزوده، مدیریت هوشمند موجودی کالا و استفاده از مشوق‌های مالیاتی صورت می‌گیرد.

تنوع‌بخشی به مبادی ورودی و روش‌های لجستیک



شرکت‌ها برای مقابله با اختلالات ناشی از تحریم یا درگیری‌های منطقه‌ای که زنجیره تأمین را تهدید می‌کند، به شناسایی منابع جدید برای تأمین مواد اولیه و همچنین مسیرهای جایگزین لجستیکی پرداخته‌اند.

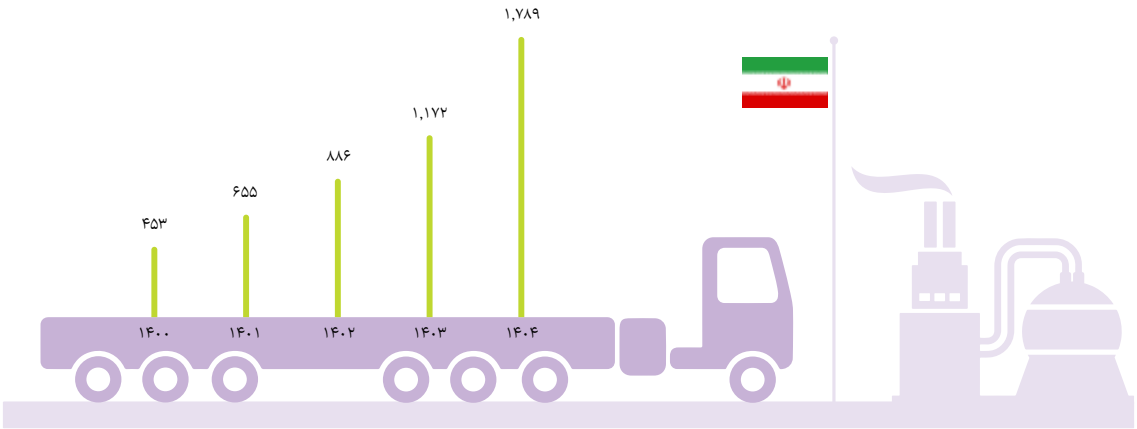
بازار داخلی محصولات شیمیایی

ارزش مصرف سال‌های گذشته

ارزش اسمی بازار داخلی محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی از ۴۵۳ هزار میلیارد ریال در سال ۱۴۰۰ به بیش از **۱,۷۸۹ هزار میلیارد ریال** در سال ۱۴۰۴ رسیده است.

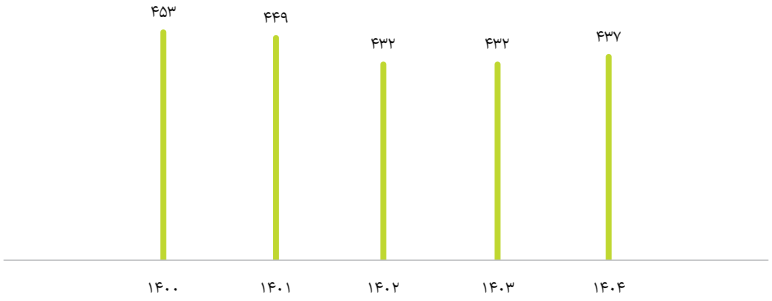


ارزش مصرف داخلی محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی به قیمت‌های جاری (هزار میلیارد ریال)



با تعدیل این مقادیر با نرخ تورم مصرف‌کننده، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که اندازه بازار داخلی محصولات شیمیایی در سال اخیر کوچک‌تر شده است. ارزش حقیقی مصرف محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی به قیمت‌های ثابت ۱۴۰۰ در طی سال‌های ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۴ بیش از ۳.۵درصد کاهش‌یافته است.

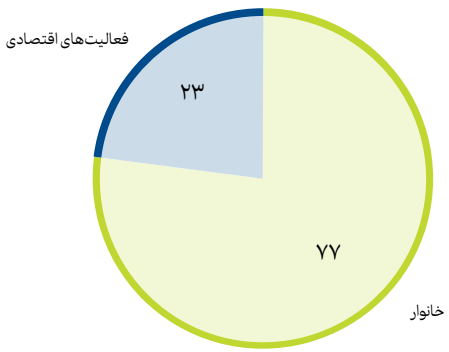
ارزش مصرف داخلی محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی به قیمت‌های ثابت ۱۴۰۰ (هزار میلیارد ریال)



- محاسبات مشاور

محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی محصولات نهایی هستند که به‌طور عمده توسط خانوار مورداستفاده قرار می‌گیرند. البته شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی نیز از این محصولات تحت عنوان هزینه‌های اداری جاری استفاده می‌کنند.

سهم خانوارها و فعالیت‌های اقتصادی از مصرف محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی (درصد)



- جدول داده-ستانده

مصرف داخلی به تفکیک محصولات

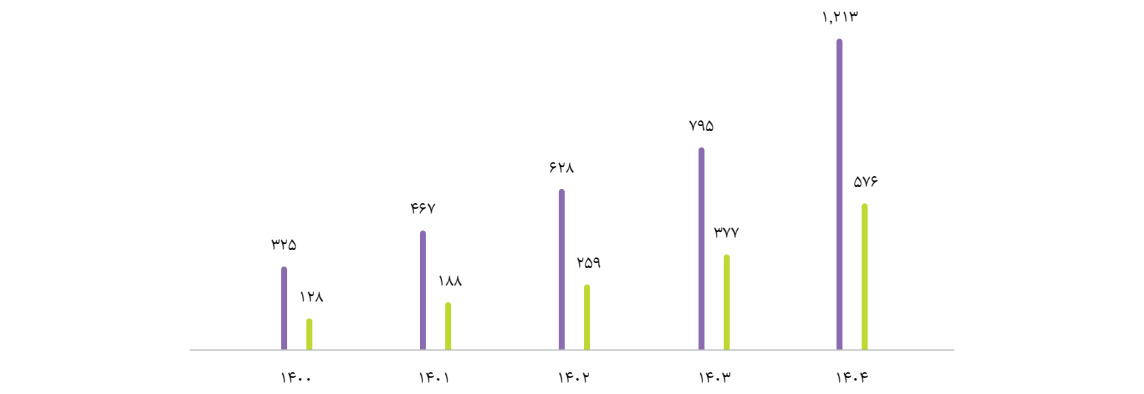
محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی به دو زیر مجموعه کلی محصولات شوینده (بهداشت خانگی) و محصولات آرایشی بهداشتی (بهداشت شخصی) قابل تقسیم هستند.



در سال ۱۴۰۴ سهم محصولات شوینده و آرایشی بهداشتی از کل بازار به ترتیب **۶۸ و ۳۲ درصد** بوده است.

این شاخص در سال ۱۴۰۰ به ترتیب ۷۲ و ۲۸ درصد بود. بنابراین سهم محصولات آرایشی بهداشتی از کل بازار در طی سال‌های اخیر در حال افزایش است.

ارزش تقاضای داخلی انواع محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی (هزار میلیارد ریال)



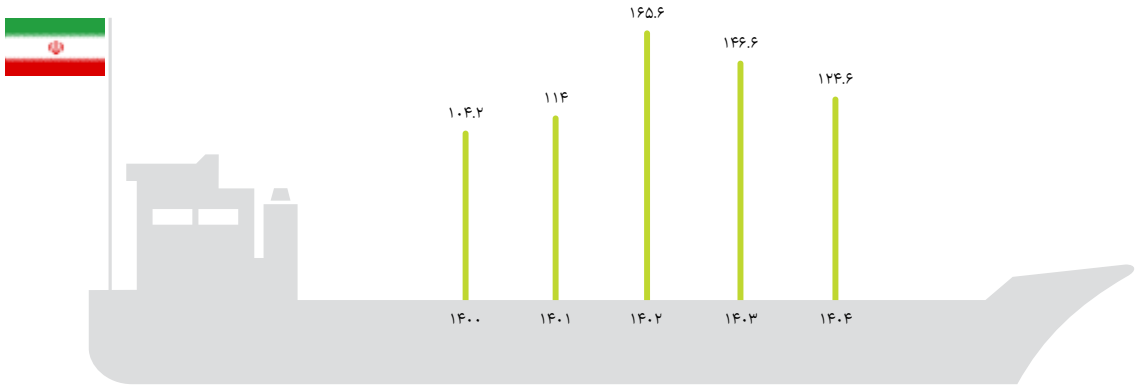
• گزارش عملکرد سالانه، وزارت صنعت، معدن و تجارت - محاسبات مشاور



صادرات و واردات

ارزش صادرات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی از ۱۰۴ میلیون دلار در سال ۱۴۰۰ به ۱۶۶ میلیون دلار در سال ۱۴۰۲ رسیده است. این شاخص در دو سال بعد از آن کاهش یافت و در سال ۱۴۰۴ به ۱۲۵ میلیون دلار رسید.

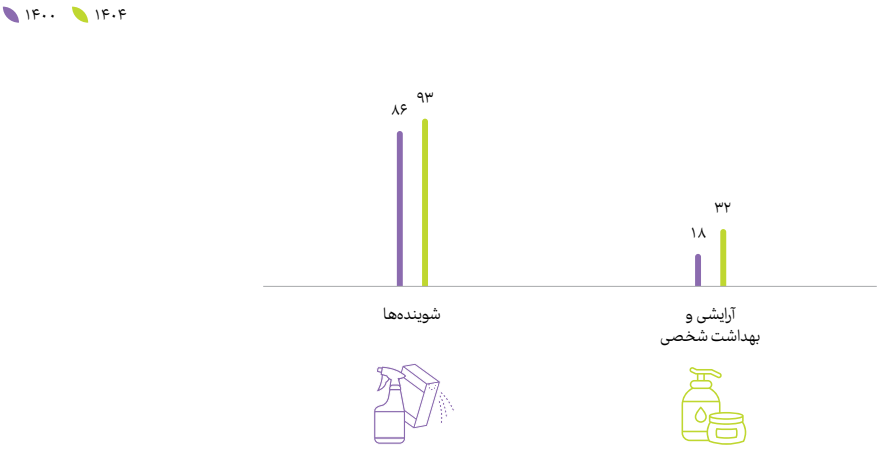
ارزش صادرات محصولات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی (میلیون دلار)



● سازمان گمرک جمهوری اسلامی ایران

محصولات شوینده و بهداشت خانگی سهم عمده‌ای از صادرات گروه‌های کالایی مورد بررسی را به خود اختصاص می‌دهند. درعین‌حال سهم محصولات آرایشی و بهداشت فردی از سبد صادراتی کشور در این گروه کالایی از ۱۷ درصد در سال ۱۴۰۰ به ۲۶ درصد در سال ۱۴۰۴ رسیده است.

ارزش صادرات انواع محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی (میلیون دلار)

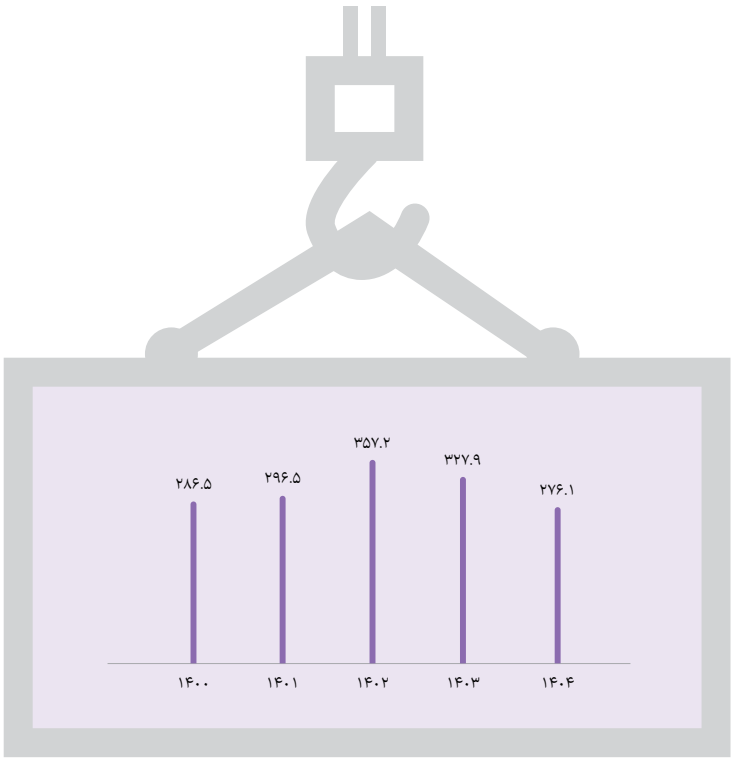


● سازمان گمرک جمهوری اسلامی ایران

حجم صادرات محصولات شوینده، آرایشی
و بهداشتی نیز همانند ارزش صادرات بین
سال‌های ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۲ افزایش یافته
و در سال‌های بعدی
روندی نزولی را طی کرده است.

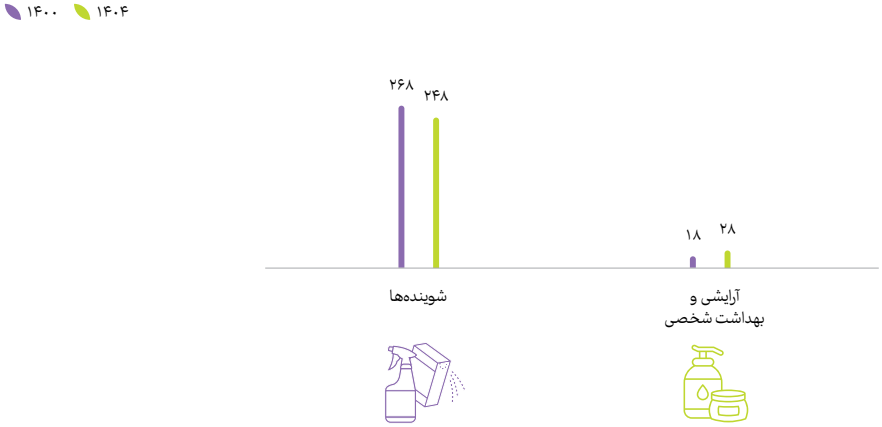


حجم صادرات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی (هزار تن)



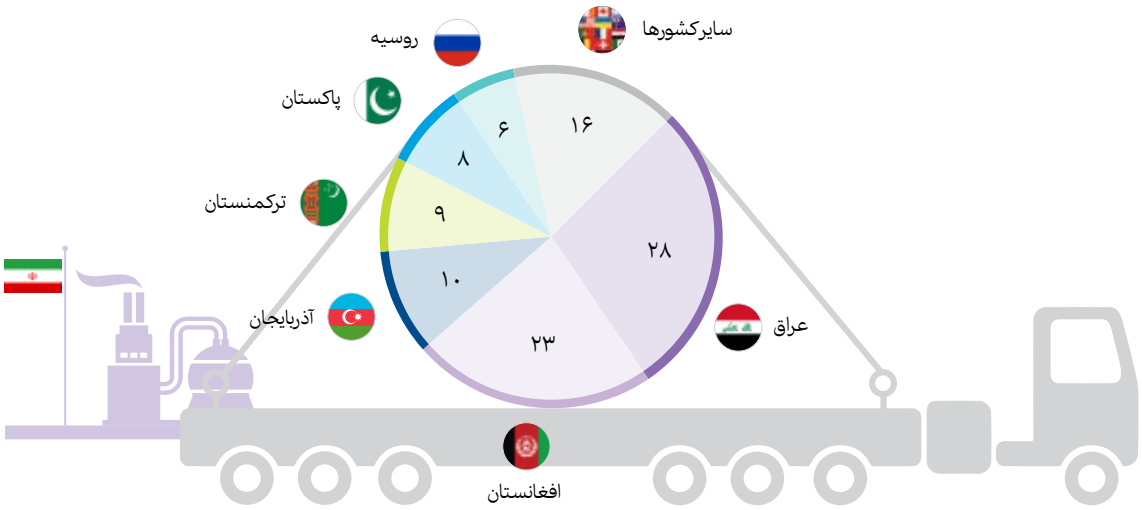
حجم صادرات محصولات شوینده در سال ۱۴۰۴ به بیش از ۲۴۸ هزار تن رسیده است. حجم صادرات محصولات آرایشی و بهداشت شخصی نیز در دوره مشابه تنها ۲۸ هزار تن بوده است.

حجم صادرات انواع محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی (هزار تن)



بیش از ۸۰درصد از محصولات صادراتی به کشورهای همسایه صادر می‌شود. دو کشور عراق و افغانستان به ترتیب ۲۸ و ۲۳درصد از ارزش محصولات صادراتی را در سال ۱۴۰۴ به خود اختصاص داده‌اند. روسیه دیگر مقصد صادراتی مهم محصولات ایرانی است و در سال ۱۴۰۴ سهم این کشور از سبد صادراتی به ۶درصد رسیده است.

مقاصد عمده صادرات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی - ۱۴۰۴ (درصد)

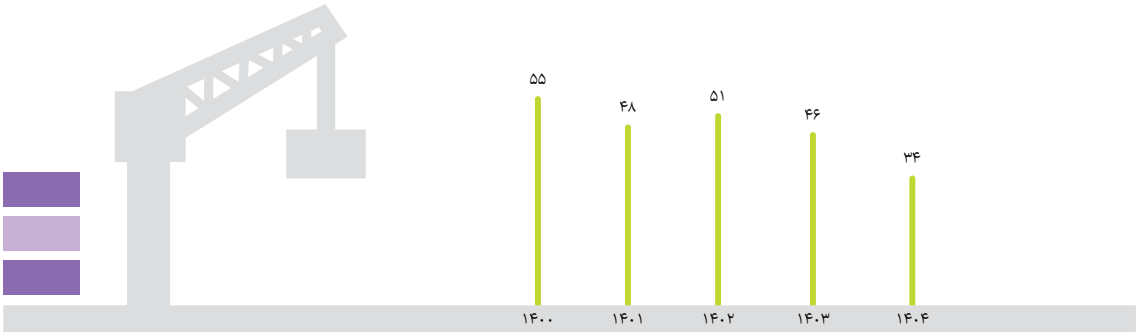


سازمان گمرک جمهوری اسلامی ایران

ارزش واردات محصولات

ارزش واردات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی از مبادی رسمی کشور در سال ۱۴۰۴ به بیش از ۳۴ میلیون دلار رسیده است. این شاخص در سال ۱۴۰۰ معادل ۵۵ میلیون دلار بوده است. واردات غیر رسمی و قاچاق این محصولات نیز در برخی از گروه‌های کالایی مانند محصولات آرایشی بسیار بالا است. اما در حال حاضر آمار قطعی و مشخصی از این حجم واردات وجود ندارد. برخی برآوردهای رقم واردات را تا حد ۵۰۰ میلیون دلار تخمین زده‌اند.

ارزش واردات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی (میلیون دلار)

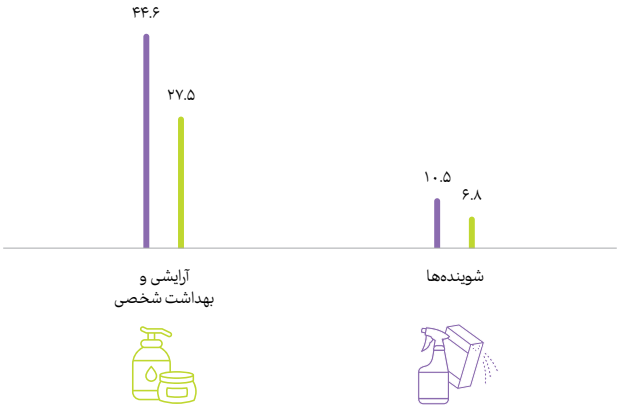


● سازمان گمرک جمهوری اسلامی ایران

ارزش واردات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی در چهار سال گذشته ۳۸درصد کاهش‌یافته است. این کاهش در بین گروه کالایی محصولات آرایشی و بهداشت شخصی اندکی بیشتر از شوینده‌ها بوده است. برخلاف محصولات صادراتی، عمده واردات مربوط به محصولات آرایشی و بهداشتی است. سهم این گروه کالایی از کل محصولات مورد بررسی در سال ۱۴۰۴ به بیش از ۸۰درصد می‌رسد.

ارزش واردات انواع محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی (میلیون دلار)

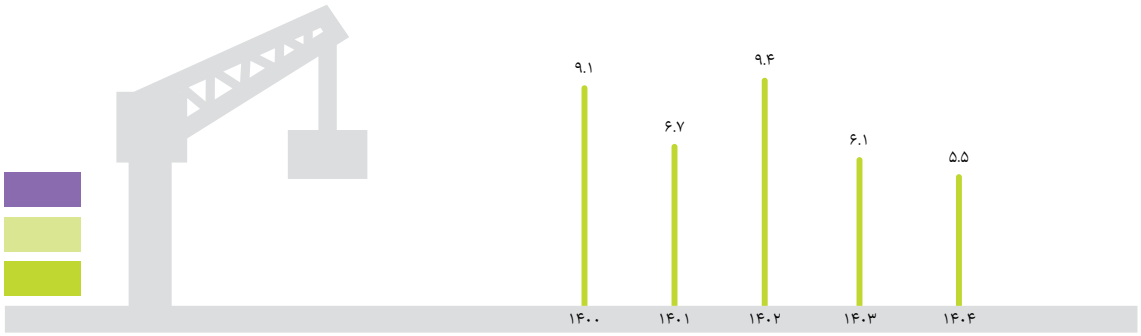
۱۴۰۰ ۱۴۰۴



● سازمان گمرک جمهوری اسلامی ایران

حجم واردات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی از ۹.۴ هزار تن در سال ۱۴۰۲ به ۵.۵ هزارتن در سال ۱۴۰۴ رسیده است.

حجم واردات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی (هزار تن)

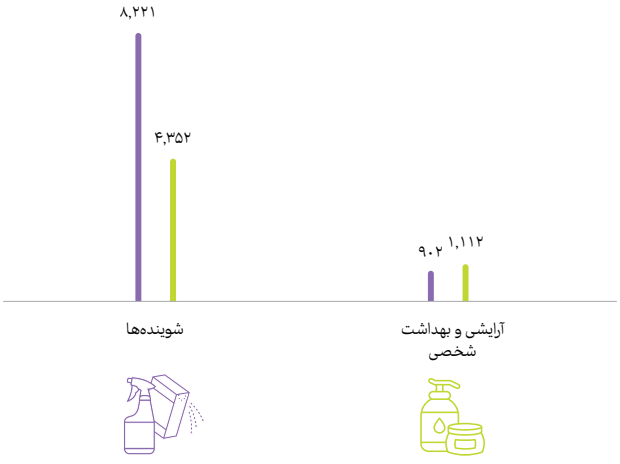


- سازمان گمرک جمهوری اسلامی ایران

حجم واردات محصولات شوینده از ۸.۲ هزار تن در سال ۱۴۰۰ به ۴.۳۵ هزار تن در سال ۱۴۰۴ رسیده است.

حجم واردات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی (هزار تن)

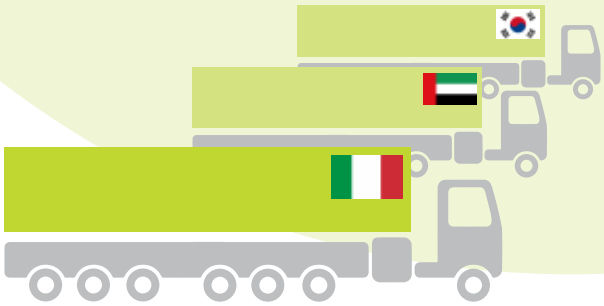
۱۴۰۰ ۱۴۰۴



- سازمان گمرک جمهوری اسلامی ایران

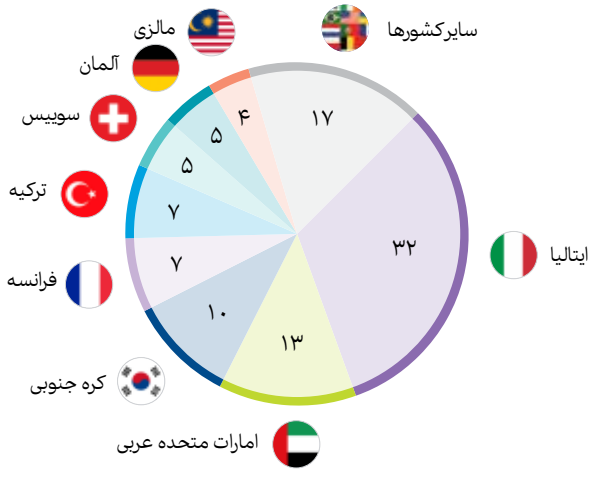
مبادی عمده واردات

سه کشور **ایتالیا**، **امارات متحده عربی** و **کره جنوبی** اصلی‌ترین مبادی وارداتی محصولات آرایشی و بهداشتی به کشور در سال ۱۴۰۴ بوده است.



سهم امارات متحده عربی از واردات رسمی محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی در مقایسه با سایر محصولات وارداتی به کشور پایین است.

سهم مبادی عمده واردات محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی - ۱۴۰۴ (درصد)

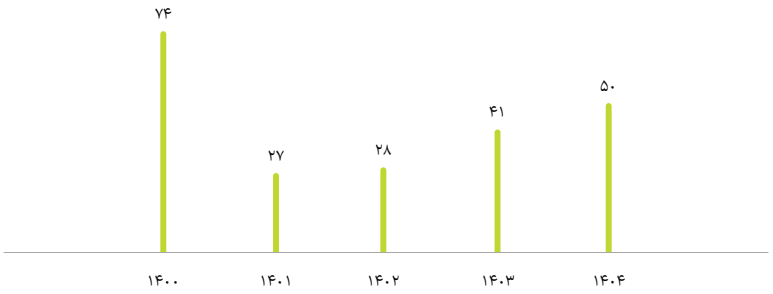


قیمت

تورم تولیدکننده

ارز ترجیحی برای محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی در سال ۱۴۰۰ حذف شد و این گروه کالایی تنها به ارز نیمایی دسترسی داشت. بنابراین تورم تولیدکننده در این سال به شدت افزایش یافت. در طی سال‌های بعدی نیز هم‌زمان با افزایش نرخ ارز نیمایی و بعد از آن تالار دوم مبادله و همچنین افزایش هزینه سایر عوامل تولید تورم تولیدکننده در این گروه افزایش یافت و از ۲۷درصد در سال ۱۴۰۱ به ۵۰درصد در سال ۱۴۰۴ رسید.

تورم تولیدکننده انواع محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی (درصد)

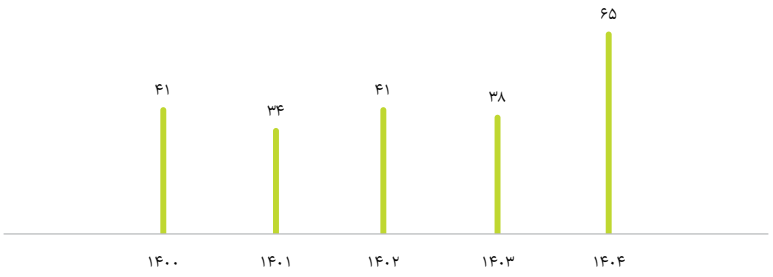


مرکز آمار - قیمت‌ها - شاخص تورم تولیدکننده

تورم مصرف‌کننده

میانگین تورم مصرف‌کننده در این طیف محصولات در سال‌های ۱۴۰۰ و ۱۴۰۳ بین ۳۸ تا ۴۱درصد در نوسان بود. این شاخص در سال ۱۴۰۴ با افزایشی قابل ملاحظه به ۶۵درصد رسید.

شاخص تورم مصرف‌کننده محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی (درصد)



مرکز آمار - قیمت‌ها - شاخص تورم تولیدکننده



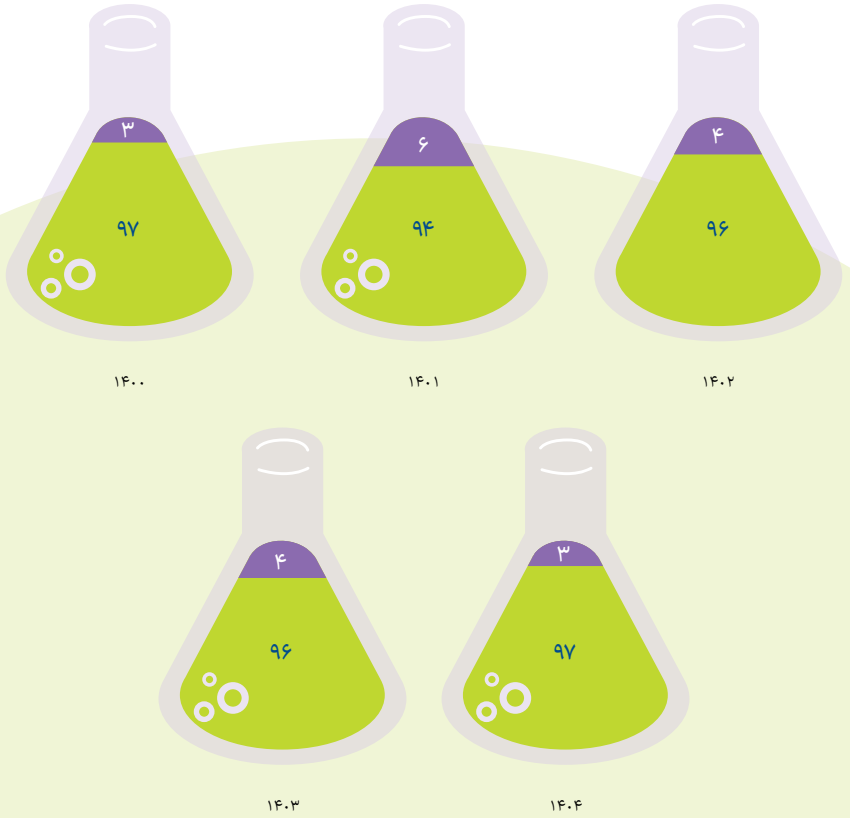
زنجیره تأمین صنعت



باتوجه‌به دسترسی کشور به منابع هیدروکربنی و همچنین وجود انواع واحدهای پالایشی و پتروشیمی درکشور، حجم عمده‌ای از مواد اولیه صنایع پایین‌دست شیمیایی در داخل کشور تأمین می‌شود. افزایش نرخ ارز و تشدید تحریم‌های بین‌المللی باعث کاهش سهم مواد اولیه خارجی ازکل مواد اولیه مصرفی درطی سال‌های اخیرشده است و از ۶درصد درسال ۱۴۰۱ به ۳درصد درسال ۱۴۰۴ رسیده است.

سهم مواد اولیه داخلی و وارداتی از نهاده‌های تولیدی (درصد)

سهم مواد اولیه داخلی سهم مواد اولیه خارجی

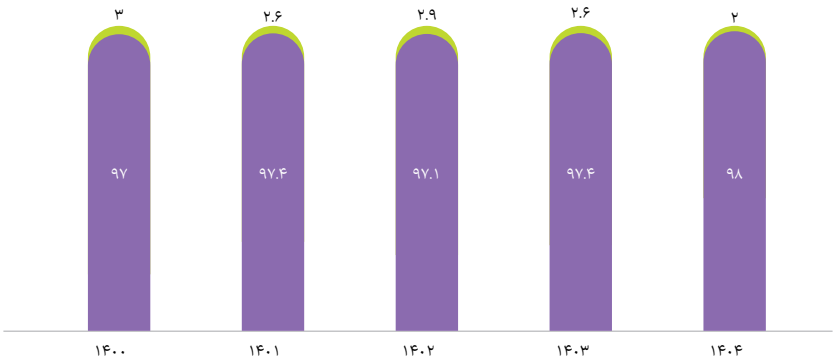


• طرح جامع آمارگیری ازکارگاه‌های صنعتی کشور - مرکز آمار

در سال‌های ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۴ سهم محصولات وارداتی از کل مصرف در بازار ایران کاهش‌یافته است. همه‌گیری کرونا، افزایش نرخ ارز و تحریم‌های بین‌المللی باعث کاهش سهم واردات از ارزش بازار داخلی در چهار سال گذشته شده است.

سهم تولید داخلی و واردات از ارزش بازار داخلی محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی (درصد)

واردات تولید داخلی

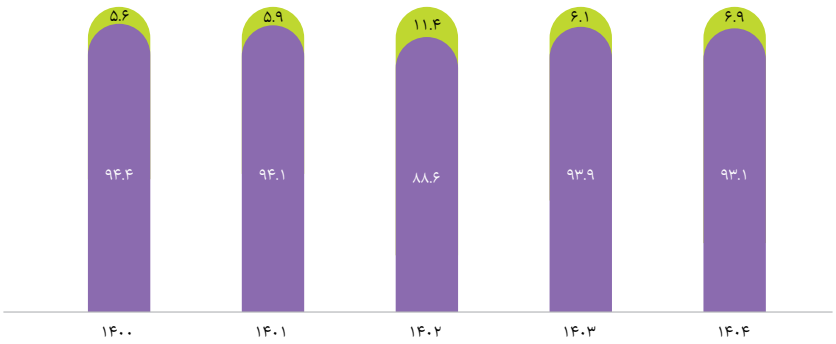


محاسبات مشاور

سهم محصــولات صادراتی از ارزش تولیدات محصولات داخلی از ۵.۶درصد در ســال ۱۴۰۰ به ۶.۹درصد در سال ۱۴۰۴ رسیده است. با افت قدرت خرید خانوار در داخل کشور، شرکت‌ها به دنبال توسعه بازارهای صادراتی خود رفته‌اند.

سهم مصرف داخلی و صادرات از ارزش تولیدات داخلی محصولات شوینده، آرایشی و بهداشتی (درصد)

صادرات مصرف داخلی



محاسبات مشاور


بانک سامان
Saman Bank

خدمات ممتاز بانک سامان برای فعالان حوزه صنایع شیمیایی

۱- چابک‌سازی عملیات بانکی



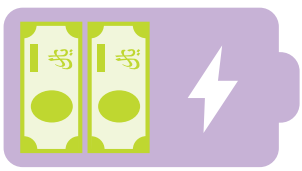
بانک سامان با تأسیس و راه‌اندازی مدیریت بانکداری شرکتی خود در چابک‌سازی هرچه بیشتر عملیات بانکی قدم برداشته است که ارائه خدمات مشاوره‌ای در حوزه تأمین مالی از طریق اختصاص بانکدار به شرکت به‌نحوی‌که بانکدار تمامی امور شرکت را در حوزه‌های مختلف هماهنگ و پیگیری خواهد کرد. این مدیریت با درنظرگرفتن شرایط اقتصادی و سیاسی کشور، دغدغه اصلی خود را به طور خاص، ارائه راهکارهای سریع و مناسب در تمامی حوزه‌های بانکی به فعالان این حوزه قرار داده است.

۲- ارز



بانک سامان تلاش کرده است تا با ارائه خدمات پرداخت‌های بین‌المللی با بهره‌گیری از روابط کارگزاری گسترده بانکی در اروپا و سایر کشورها با حداقل هزینه و در سریع‌ترین زمان ممکن از طریق منشأهای مختلف بانکی، در جهت تهیه و ارسال به‌موقع ارز در صرافی سامان اقدام کند تا این دغدغه فعالان صنایع شیمیایی مرتفع شود.

۳- تأمین نقدینگی



- پرداخت تسهیلات ریالی در قالب عقود مختلف به‌منظور تأمین سرمایه‌گذاری برای خریدهای داخلی و خارجی؛
- تأمین مالی پروژه‌های واحدهای تولیدی در قالب تسهیلات بلندمدت.

۴- تنخواه‌کارت

شما می‌توانید با دریافت محصول تنخواه‌کارت به تعداد موردنیاز، کارت تنخواه‌داری روی سپرده شرکت (سپرده حقوقی) یا سپرده خودتان (سپرده حقیقی) دریافت کرده و برای انجام عملیات روزانه‌تان این کارت‌ها را به تنخواه‌داران خود بسپارید. برای مدیریت کارت‌ها و انجام عملیات شارژ، دشارژ کارت‌ها و همچنین آگاهی از مانده و صورت‌حساب کارت‌ها یک پنل اینترنتی (منوی سیگما در نت‌بانک سامان) در اختیار شما قرار می‌گیرد.



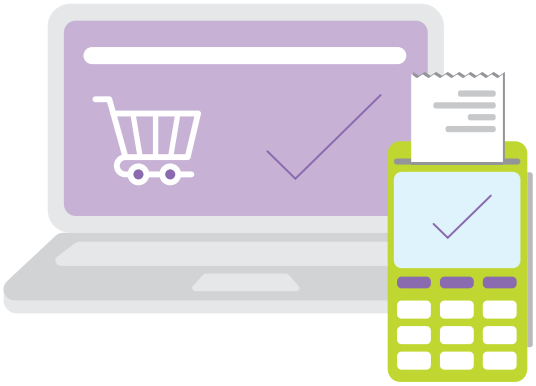
مزایای تنخواه‌کارت

- شفافیت در عملیات تنخواه‌داری
- شارژ آسان تنخواه‌کارت‌ها
- پنل اینترنتی مدیریت کارت‌ها (منوی سیگما)
- عدم نیاز به استفاده از حساب‌های شخصی تنخواه‌داران
- دریافت صورت‌حساب

تنخواه‌کارت‌ها چه امکاناتی دارند؟

تنخواه‌کارت فقط از طریق سپرده اصلی شارژ شده و دارندگان کارت‌ها می‌توانند تا سقف شارژهای تعلق‌گرفته به آن‌ها مصرف کنند. کارت‌های تنخواه به سپرده اصلی تنخواه متصل بوده و تا زمانی که دارندگان کارت اقدام به مصرف مبلغ شارژشده کارت نکنند، از موجودی سپرده اصلی تنخواه شرکت مبلغی کسر نمی‌شود. تنخواه‌داران می‌توانند برای استفاده از موجودی کارت‌ها از این روش‌ها استفاده کنند:

خرید از پایانه‌های فروشگاهی و سایت‌های خرید اینترنتی



پرداخت قبوض بدون نیاز به رمز پویا و خرید شارژ





خدمات بانک سامان را چگونه درخواست کنید؟

در صورت علاقه‌مندی به استفاده از این خدمات، می‌توانید با مدیریت بانکداری شرکتی بانک سامان تماس حاصل کنید.

ارتباط با ما

برای کسب اطلاعات بیشتر به شعب بانک سامان بیایید یا با شماره ۶۴۲۲ - ۰۲۱ تماس بگیرید.

منابع

۱. آژانس بین‌المللی انرژی
۲. بورس کالا
۳. ترازنامه هیدروکربنی کشور - ۱۳۹۵
۴. مرکز آمار - جدول داده ستانده
۵. مرکز آمار - سرشماری کارگاه‌های صنعتی - ۱۳۹۶
۶. مرکز آمار - شاخص قیمت تولیدکننده
۷. مرکز آمار - طرح آمارگیری هزینه و درآمد خانوارهای شهری و روستایی
۸. وزارت صنعت، معدن و تجارت - گزارش عملکرد
۹. وزارت صنعت، معدن و تجارت - برنامه راهبری صنعت، معدن و تجارت
10. Oil and Gas News
11. www.statista.com
12. www.trademap.org

کد:۰۵۰۸۱۰۸۰۱۶۷



مرکز سامان ارتباط: ۶۴۲۲-۰۲۱
www.sb24.com/corporate