شهد

شماره چهل و چهارم شهریور ۹۸
Technical Quarterly Magazine
نشریه تخصصی انجمن صنفی
صنایع بیسکویت، شیرینی و شکلات

نمایشگاه فرصتی برای ورود به بازارهای جهانی

۱۸ همین
نمایشگاه بین المللی شیرینی و شکلات ایران

۲۲ الی ۲۵ شهریورماه ۱۳۹۸، محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران
13-16 Sep. 2019 Tehran Int' Permanent Fairgrounds

SCAP

کمپانی SCAP تولید کننده انواع اسانسهای
خوراکی، داروئی، آرایشی و بهداشتی

محصول کشور سوئیس، یکی از معروفترین کمپانی های اسانس
در جهان با کیفیتی برتر و قیمتی رقابتی با برند های مشهور دنیا

SCAP

ما خالق اسانس هستیم

شرکت اسکاپ پرشیا

نماینده انحصاری کمپانی اسکاپ سوئیس

تهران، شهرک غرب، بلوار فرحزادی، بعد از زیر گذر نیایش، برج افق، طبقه ۱، واحد ۲
تلفن: ۰۲۱-۲۶۷۶۵۵۱۰ تماس با مدیریت: ۰۲۱-۲۲۰۶۳۵۴۹ ۰۹۱۲۳۱۸۴۰۹۳

حضور صنایع غذایی روزبه شکلات

در دومین نمایشگاه تخصصی معرفی توانمندیهای قنادان ایران

محل برگزاری: محوطه هتل المپیک
بیست و سوم لغایت بیست و ششم
مهرماه نود و هشت

کرم فیلینگ فلورا

مقاوم به حرارت

شرکت صنایع غذایی روزبه شکلات
ROOZBEH CHOCOLATE Co.

Flora
ROOZBEH CHOCOLATE Co.

TÜV NORD
ISO 9001,22000,HACCP

استان البرز/نظرآباد/شهرک صنعتی سپهر
بلوار کارآفرینان/خیابان آذر غربی
(۱۰ خط) ۰۲۶-۴۵۳۳۲۴۵۳
sales@roozbehchocolate.com
roozbehchocolate.com

roozbehchocolate
t.me/roozbehchocolate

Zar Fructose

زر فروکتوز

پالایشگاه غلات زر

تولیدکننده انواع محصولات بر پایه نشاسته ذرت

فروکتوز، گلوکز، مالتودکسترین و نشاسته

Zar Grain Refinery

Producer of various corn starch based products

Fructose, Glucose, Maltodextrin & Starch

البرز، هشتگرد، پالایشگاه غلات زر

@zar_fructose

www.zarfructose.com

۰۲۶-۴۳۲۱۲۰۰۰

@zarfructose

info@zarfructose.com

zarfructose

DEKRA Standard Hygiene Management HACCP

DEKRA Certified

شرکت زرین تجارت عرفان

Environmental Management ISO 14001

DEKRA Certified

شرکت زرین تجارت عرفان نماینده انحصاری JAR Flavour House در ایران

شرکت JAR ، از اتحادیه اروپا با بیش از ۴۰ سال سابقه تولیدو صادرات انواع اسانس و طعم دهنده های طبیعی و شبه طبیعی و انواع وانیل در بازارهای پنج قاره جهان

JAR Flavour House

SWISSGUM

Natural Stabilising Systems

شرکت زرین طعم آراد نماینده رسمی و انحصاری SWISSGUM تولیدکننده انواع استابیلایزرهای صنایع غذایی می باشد.

ارائه دهنده انواع فرمولاسیون به همراه مشاوره تخصصی و فنی

Zta زرین طعم آراد zarin tam arad

Unit11, No 293, Farhang Building, 35th St, Asadabadi Ave, Tehran, Iran.

www.zte.co.ir

+98 21 88212924

+98 21 88617987

شرکت دادگستر برادر (سهامی خاص)
سال تاسیس ۱۳۴۱

آدرس دفتر مرکزی : تبریز ، کیلومتر ۲۳ اتوبان تبریز - تهران ، جاده آبیاری
تلفن : ۶ - ۳۶۳۰۷۵۹۵ - ۰۴۱ فکس : ۳۶۳۰۷۳۰۰ - ۰۴۱
www.aidin.com

Fruity
Cotton Candy
حاج عبدا...
Pashmak
Hajabdollah
Fruity
پشمک
حاج عبدا...
Hajabdollah
پشمک حاج عبدا... با همان طعم ماندگار قدیمی
www.hajabdollah.com
info@hajabdollah.com
/ Hajabdollah.Pashmak
"خرید آسان از فروشگاه آنلاین"
Tel: +98 41 34328221-4 Fax: +98 41 34328223
WWW.HAJABDOLLAHSHOP.COM

Bernotti

chocolate

The Sweet Taste Of Life

Dark & Milk Chocolate

www.bernotti.ir • bernottichocolate • Info@bernotti.ir

Adlin
لحظه های ماندنی
با شوکوپیچ آدلین
Adlin.pashmak@gmail.com
www.pashmakadlin.com
@pashmakadlin
Tell:041-33333158

شرکت بازرگانی نگین شیمی ایرانیان
Negin Chimie Iranian CO.

کارنوبا واکس
۱۰۰٪ ارگانیک از برزیل

دیگر اقلام وارداتی این شرکت :

- اسید سیتریک
- بنزوات سدیم
- مونو پروپیلن گلایکل
- آنتی اکسیدان BHT و BHA

تهران، خیابان پاسداران، چهار راه فرمانیه، نارنجستان هفتم
(شهید داوود جهانبخش نژاد)، ساختمان مهر، پلاک ۱۲ ، واحد ۸
تلفکس: ۲۲۸۰۲۲۶۱ ، ۲۲۸۰۲۲۷۸ (۰۲۱)

تیان تفلون

اولین مجری پوشش های صنعتی ایران

Teflon
Ceramic
Silicon
Industial coating

026-34719173-5
026-34704892
Tian-co.com

نوین طعم ساز گیتی

شرکت نوین طعم ساز گیتی

dallant
Flavours for the food industry

• نماینده رسمی و انحصاری واردات و فروش طعم‌دهنده‌های خوراکی خصوصا در صنایع نوشیدنی و امولسیون‌های مورد مصرف در انواع نوشیدنی‌ها [آبمیوه . نوشابه‌های گازدار . شربت و ماالشعیر] از شرکت Dallant اسپانیا .

CORALIM
INGREDIENTS & COLOURS

• نماینده رسمی و انحصاری واردات و فروش انواع رنگ‌های خوراکی از شرکت Coralim اسپانیا

تلفن: ۸۸۴۱۲۴۶۲ (۰۲۱) فاکس: ۸۸۴۱۲۶۴۸ (۰۲۱)

طراوت افزا تهران
Taravat Afza Tehran

Lucta Flavours

• نماینده رسمی و انحصاری واردات، توزیع و فروش طعم‌دهنده‌های خوراکی از شرکت Lucta اسپانیا

www.lucta.com

Reny Picot

• نماینده رسمی و انحصاری واردات، توزیع و فروش کره حیوانی ۸۲٪ و ۹۹٪ به صورت فله از شرکت Reny Picot اسپانیا

www.renypicot.com

TIPPAGRAL

• نماینده رسمی و انحصاری واردات، توزیع و فروش انواع پنیرهای سخت (hard cheese) به صورت فله از شرکت Tippagral فرانسه

www.tippagral.com

LDC. Louis Dreyfus Company

• نماینده رسمی و انحصاری واردات و فروش کنسانتره انواع مرکبات از شرکت (Louis Dreyfus LDC) برزیل

www.ldcom.com

MONARI FEDERZONI 1912

• نماینده رسمی و انحصاری واردات و فروش بالزامیک و کرم بالزامیک به صورت فله از شرکت Monari Federzoni ایتالیا

www.monarifederzoni.com

El toro

• نماینده رسمی و انحصاری واردات و فروش انواع روغن زیتون و زیتون به صورت فله از شرکت El toro اسپانیا

www.eltoro.es

شرکت طراوت افزا تهران: بزرگراه رسالت، خیابان شهید همایی، کوچه شهید میرعلی اکبری، پلاک ۴۵، طبقه سوم

تلفن: ۸۸۴۱۲۵۷۲ (۰۲۱) فاکس: ۸۸۴۱۲۶۴۸ (۰۲۱) **Web:** www.taravat-afza.com **Email:** info@taravat-afza.com

بنیس

از ۱۳۴۸

www.arasparbenis.com

- کیک لایه ای
- کاپ کیک
- ویفر
- بیسکوئیت
- شکلات

۰۴۱-۴۲۴۵۵۹۰۱-۹

DiBA MANDEGAR

شرکت دیبا ماندگار

- فیلینگ (مغزی)
- ژل کیک
- براق کننده روکشی
- فندانت
- پودر کیک
- بیکینگ پودر
- شکلات تخته ای

www.dibamandegar.ir

۰۲۶-۳۴۷۶۰۵۲۶-۷

CHOCOMA

شرکت تولیدی ساوه (سهامی خاص)

اولین تولیدکننده صنعتی شکلات در ایران (تاسیس ۱۳۳۶)

در آستانه هفتمین دهه ي حضور
همچنان در اوج همواره پر نشاط

به صلابت ایران کهن

به طراوت ایران جوان

دفتر مرکزي: جاده آبعلي، خیابان اتحاد، جنب بانک تجارت، پلاک ۱۹
تلفن: ۷۷۳۳۳۷۰۴ فاکس: ۷۷۳۳۹۳۵۲ کد پستي: ۱۶۵۸۹۱۵۹۱۳
www.chocoma.co

نان سحر
SAHAR

Pastries

Samin Nan Sahar

sahargroup.ir snsahar@sahargroup.ir

تولید کننده انواع محصولات قنادی و شیرینی پزی

پودر کیک مافین ● پودر کیک اسفنجی ● پودر کیک براونی ● ماکارون ● کروسان ● دانمارکی ●
پیراشکی و دونات ● پودر کرم ● انواع کرم مغزی ● انواع فیلینگ ● انواع کریستالین (براق کننده) ● بیکینگ پودر

تهران، خیابان شریعتی، بالاتر از پل صدر، پلاک ۱۷۰۹، طبقه۳، واحد۱۱ تلفن واحد فروش: ۲۲۲۱۱۱۵۷ ، ۳ - ۲۲۲۱۵۹۵۲
1709 Sahar Bldg, Shariati Str, Tehran, Iran. Tel.: +9821 22215952 - 3 / 22211157

شرکت پارس کاک

وارد کننده انواع مواد اولیه شیرینی و شکلات

از کمپانیهای معتبر دنیا

The excellence of professional baking

- انواع امولسیفایرها و بهبود دهنده های کیک، نان و بیسکویت
- انواع پریمیکسها و پودرهای نیمه آماده کیک و نان
- روغنهای مخصوص شکلات، فیلینگ، CBI، CBE، CBS
- پروپیونات کلسیم، سوربات پتاسیم
- سوربیتول، گلیسیرین، پروپیلن گلایکول
- زایلیتول، مالتیتول و سوربیتول پودری
- پودر کاکائو
- لسیتین

تلفن : ۸۸۸۸۴۶۱۷

۸۸۸۸۴۹۷۱

فکس : ۸۸۸۸۵۱۹۳

www.parskak.com

PARS SITAK AVA

پارس سی تاک آوا

شرکت پارس سی تاک آوا تامین کننده مواد اولیه صنفی و صنعتی،
نماینده رسمی: MEGGLE آلمان، FO ترکیه ، IL PUNTO ایتالیا،
MARCEL, LEVEX, KRISHCOCO, THT, LAVAISARL

فوردکو Fordeco Food & Beverages

مواد اولیه کارخانجات مواد غذایی

- پودر کاکائو و مشتقات آن
- انواع لاکتوز با مش 200 و 70
- پودر خامه، کریمر، فومر
- انواع استابلایزر ژله، صنایع گوشتی و لبنی
- انواع امولسیفایر کیک و شیرینی
- انواع پروبیوتیک
- انواع کاراگینان
- انواع بهبود دهنده نان، کیک و شیرینی
- عصاره مخمر، طعم دهنده گوشت و مرغ
- ژل کیک
- پرمیکس انواع کیک و شیرینی

مواد اولیه قنادی فوردکو

- انواع ژله قنادی
- انواع کرم فیلینگ(مقاوم به حرارت)
- انواع پودرکیک
- فوندانت
- کافی میکس و کاپوچینو و هات چاکلت
- پودر بستنی
- پودر خامه قنادی
- بهبود دهنده

MEGGLE | Il Punto Italiana | FO Food | levex | tht | LAVAISARL | KRISHCOCO

fo.iran | fo_iran | sitak.ir | ۰۲۱۴۴۴۴۸۴۱۱

گروه صنعتی اطهر

www.atharholding.com

کارخانه آرد اطهر

آدرس: آذربایجان شرقی، بناب، کیلومتر ۵ جاده مراغه، رو بروی فرودگاه
تلفن: ۰۴۱۳۱۲۱

اطهر بافت

آدرس: آذربایجان شرقی، عجب شیر، شهرک صنعتی فاز ۲، انتهای خیابان صنعت ۱۴
تلفن: ۰۴۱۳۱۹۱

اطهر دانه

آدرس: آذربایجان شرقی، آذر شهر، شهرک صنعتی سلیمی، انتهای ۴۵ متری اول، سی متری ۴
تلفن: ۰۴۱۵۱۲۱

آدرس دفتر مرکزی: تبریز، ولیعصر ۲، خیابان عطایی، پلاک ۲۳۹

تلفن تماس مشتریان: ۰۴۱-۴۱۲۱

به نام بهترین

نشریه تخصصی انجمن صنفی صنایع بیسکویت، شیرینی و شکلات ایران
شماره چهل و چهارم - شهریور ۱۳۹۸

زندگی شهد گل است.
زنبور زمان می مکدش.
آنچه می ماند عسل خاطره هاست....

جمشید مغازه‌ای، دبیر انجمن:

چرخه نامتوازن تامین مواد اولیه

۲۴

سوال و مدیران صنعت

اقتصاد، رونق تولید و فرصت‌ها و تهدیدها

۲۶

رضا نادری، مدیر عامل کارخانه ویتانا:

موج‌های مخرب کمبود مواد اولیه

۲۸

دریچه ای به سوی صنعت پایدار

جلبک وکاربرد آن در صنعت

۳۶

۴۹

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:
جمشید مغازه ای
دبیر تحریریه:
علی اکبر علیان نژادی
دبیر اجرایی:
محمدعلی شریف
مدیر فنی و هنری:
حمیدرضامغازه
کارشناس علمی:
مهندس شبنم میرفخرایی
تحقیق و ترجمه:
مریم خان بیگی
همکاران این شماره:
زهرا سیاح نیری، اکرم حاج مهدی، ملیکا لطیفی ، نرگس مغازه‌ای و خانم نیکدل، فرزانه کسائیان
ویراستار:
زهرا کساییان، محمد دربانی
طراحی گرافیک وصفحه آرایی :
آتلیه گیان گرافیک
بازرگانی و تبلیغات:
سیاوش احمدزادگان، شبنم نوبخت، سعید زحمتکش
آدرس انجمن صنفی شیرینی و شکلات :
خیابان ولیعصر، بالاتر از خیابان شهید بهشتی، کوچه نادر پلاک ۱۲، طبقه ۲
تلفن انجمن صنفی شیرینی و شکلات :
۸۸۵۵۸۰۶۶
مجری طرح:
شرکت گیان گرافیک
آدرس دفتر تحریریه و صفحه بندی مجله:
خیابان بهشتی ، خیابان پاکستان، کوچه حافظی، پلاک ۱۸، واحد ۳
تلفن دفتر تحریریه و بازرگانی :
۸۸۵۲۶۷۶۵
۰۹۳۸۴۸۸۱۶۴۶
Shahd_Mag@yahoo.com

حقوق قانونی مطالب منتشر شده شهد متعلق به "انجمن صنفی صنایع بیسکوئیت شیرینی و شکلات"بوده و هر گونه استفاده از آنها بدون ذکر منبع "نشریه شهد" پیگرد قانونی دارد.
نشریه شهد در ویرایش مطالب آزاد است

پیام جمشید مغازه ای
دبیر انجمن صنفی صنایع بیسکویت، شیرینی و شکلات
به مناسبت هجدهمین نمایشگاه بین المللی شرینی و شکلات

نمایشگاه فرصتی برای ورود به بازارهای جهانی

هجدهمین گام مستمر نمایشگاه بین المللی شیرینی و شکلات با اقتدار در حال برداشته شدن است، هجدهمین دوره ای که در شرایط موجود نیز با استقبال با شکوه فعالان صنعت مواجه شده بطوریکه به دلیل کمبود فضای نمایشگاهی از مشارکت عده کثیری از فعالان محروم شدیم که جای تاسف داشته و عذرخواهی می گردد. این نمایشگاه نیز مانند هر سال در ۴ دسته بندی، محصول نهایی، مواد اولیه، ماشین آلات و خدمات صنعتی در فضایی بالغ بر ۳۰۰۰۰ متر مربع و در ۷ سالن از تاریخ ۲۲ الی ۲۵ شهریور میزبان علاقه مندان است

برگزاری نمایشگاه فرصتی است تا تولیدکنندگان، مسئولان و علاقه مندان بتوانند در فضایی آرام و صنعتی به تبادل نظرات و تفاهم های تجاری برسند، از آن جایی که بصورت گسترده ای تولیدکنندگان در این نمایشگاه مشارکت نموده اند انتظار می رود مورد استقبال مردم و متخصصان عزیز قرار بگیرد ولی توقع صنعت در شرایطی که موانع و مشکلات قابل توجهی را پیش رو دارد و از دریچه ای دیگر امسال سال رونق تولید نامگذاری شده، بر این است که حضور مسئولان در این فضای صمیمانه و صنعتی پربارتر باشد تا بتوانیم در راستای رشد و رونق تولید دست در دست هم حرکتی شایسته را در جهت اعتلای اقتصادی ایران برداریم.

لازم به ذکر است بنابر آمار سال گذشته ۳۱۷ هزار تن محصولات شیرینی و شکلات به ارزش بالغ بر ۸۰۰ میلیون دلار به بازرهای هدف صادر شد که در صورت تامین مواد وحمایت مسئولین این امکان وجود دارد که ارز آوری حاصل از صادرات را به یک تا یک و نیم میلیارد دلار افزایش دهیم. ما برگزاری نمایشگاه را در زمینه تعامل های صنعتی برای فعالان صنعت فرصت می دانیم و امیدواریم در این فرصت میزبان مسئولان اعم از دولت مردان، نمایندگان محترم مجلس و مسئولان قضایی کشور باشیم.

در نمایشگاه امسال شاهد حضور شرکتهای داخلی و شرکتهای خارجی از کشورهای لهستان، اتریش، ترکیه، فرانسه و روسیه هستیم و باید اقرار کنیم که حضور شرکتهای بین المللی با توجه به شرایط موجود کاهش چشمگیری داشته است. در ضمن یکی از مهمترین اهداف این نمایشگاه توسعه تجارت خارجی است و کما فی السابق با حضور تجار خارجی نیز مواجه خواهیم بود تا بهترین تولیدات صنعت شیرینی وشکلات را به عنوان تولیدات ایرانی به بازارهای جهانی ارسال کنیم.

در پایان از حضور مشارکت کنندگان در این نمایشگاه، از همراهی مسئولین محترم شرکت سهامی نمایشگاه های بین المللی و اعضای انجمن و به خصوص هیئت مدیره محترم نهایت تشکر و قدردانی را داشته و امیدواریم این همیت جمعی، موجب توسعه و رسیدن به جایگاه واقعی صنعت شیرین، شیرینی و شکلات باشد.

پیام بهمن حسین زاده
رئیس هیأت مدیره و سرپرست شرکت سهامی نمایشگاههای بین المللی جمهوری اسلامی ایران به مناسبت برگزاری هجدهمین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات و مواد اولیه بیسکویت، شیرینی و شکلات ایران

جایگاه ویژه صنعت شیرینی و شکلات در صنایع غذایی

صنعت غذا در بسیاری از کشورهای دنیا در زمره صنایع اولویت‌دار به‌شمار می‌رود. در این بین صنعت بیسکویت، شیرینی و شکلات در مجموعه صنایع غذایی کشورهای اروپایی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و در ایران نیز این جایگاه، دارای موقعیت‌های ویژه است نمایشگاه بین المللی شیرینی و شکلات در هجدهمین سال پیاپی خود، برگزارکننده بزرگترین رویداد تخصصی صنعت شیرینی و شکلات در ایران می باشد، رویدادی که به مانند صنعت شاخص خود، در بین رویدادهای، شرکت سهامی نمایشگاه های بین‌المللی تهران، کاملا ویژه و باشکوه بوده و هست و ان شالله خواهد بود.

نمایشگاه شیرینی و شکلات در رتبه A، رویدادهای کشور قرار دارد که خود گویای قدرت و توانمندی این صنعت شیرین است.

بنابر آمار سال گذشته ۳۱۷ هزار تن شکلات، بیسکویت، آبنات و... با ارزش بالغ بر ۸۰۰ میلیون دلار به بازارهای هدف صادر شد که به گفته ی دبیر انجمن صنفی صنایع بیسکویت، شیرینی و شکلات، این صنعت در صورت مرتفع شدن مشکلات پیش رو قابلیت صادرات تا ۱ میلیارد دلار را نیز دارد و از همین رو بر آنیم تا ضمن برگزاری نمایشگاه پای صحبت های صنعتگران و زحمتکشان بنشینیم تا این هدف قابل دسترس را با همکاهنگی و همیتی جمعی بین بخش خصوصی و مسئولان محقق کنیم.

به فرموده مقام معظم رهبری، امسال به نام سال «رونق تولید» مزین شده است و این رویداد بزرگ نیز می تواند فرصتی باشد تا به این هدف عالی برسیم. همواره شاهد تلاش دلسوزانه‌ی انجمن صنفی صنایع بیسکویت، شیرینی و شکلات و دبیر انجمن به عنوان همراه دایمی این نمایشگاه تاکنون بودیم و هستیم و امیدواریم این تعامل در فضای نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران به حضور در نمایشگاه‌های معتبر جهانی منتهی شود و شرکت سهامی در این همراهی از تلاش و حمایت‌های ممکن، دریغ نخواهد کرد

امسال نمایشگاه شیرینی و شکلات، در۷ سالن و در فضایی به مساحت۳۰۰۰۰متر مربع برگزار می شود و میزبان حضور شرکت‌های خارجی از کشورهای لهستان، اتریش، ترکیه، فرانسه، روسیه هستیم، حضوری که ویترین توانمندی‌های داخلی و خارجی است و می‌تواند به رشد تولید و کیفیت در رقابت بازارهای خارجی کمک شایانی کند.

چرخه نامتوازن تامین مواداولیه

جمشید مغازه ای، دبیر انجمن صنفی صنایع بیسکویت، شیرینی و شکلات:

صنعت غذا در بسیاری از کشورهای دنیا در زمره صنایع اولویت‌دار به‌شمار می‌رود. در این بین صنعت بیسکویت، شیرینی و شکلات در مجموعه صنایع غذایی کشورهای اروپایی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است، اما در ایران این جایگاه چندان پررنگ نیست.

با این حال با توجه به خلق ارزش‌افزوده، ارزآوری، ایجاد اشتغال و گردش مالی بالای صنعت بیسکویت، شیرینی و شکلات، همواره این صنعت جزو صنایع بسیار پیشرفته در ایران محسوب می‌شود.

پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های این صنعت درحالی قابل رویت است که تولیدکنندگان فعال در حوزه بیسکویت، شیرینی و شکلات مانند سایر صنعتگران ایرانی با چالش‌هایی دست و پنجه نرم می‌کنند. ارزیابی‌ها نشان می‌دهد درحال حاضر اصلی‌ترین گلوگاه صنعت بیسکویت، شیرینی و شکلات در بخش تامین مواد اولیه مورد نیاز جانمایی شده است. این دست‌انداز اکنون به چند دلیل برای تولیدکنندگان صنعت بیسکویت، شیرینی و شکلات دردسرساز شده است.

نخست اینکه با توجه به طیف گسترده‌ای از مواد اولیه مورد نیاز برای تولید این محصولات از روغن گرفته تا آرد و شکر و سایر مواد جانبی، طبیعتا به دلیل شرایط حاکم بر اقتصاد کشور تهیه مواد اولیه سخت و طاقت فرسا شده است. گلوگاه بعدی، تحریم‌ها و بالطبع آسیب‌هایی است که از این ناحیه بر روند تامین مواد اولیه وارد شده است.

www.iranianacm.ir

تولیدکننده ایرانی هیچ‌گاه نمی‌تواند برای دو ماه آتی خود برنامه‌ریزی کند

اما مساله بعدی که تاثیر سوء چشمگیری در فرآیند تهیه مواد اولیه داشته، افزایش نرخ ارز و نوسانات پی‌درپی آن در طول دو سال اخیر است. به‌طورکلی می‌توان گفت تهیه مواد اولیه چه از داخل و چه از خارج برای صاحبان صنعت بیسکویت، شیرینی و شکلات پر و پیچ‌وخم شده است. تولیدکنندگان این صنعت در داخل کشور با مشکل تامین شکر و روغن مواجه هستند. این در حالی است که برای واردات مواد اولیه جانبی مورد نیاز هم مشکلاتی در مقوله ثبت سفارش و تخصیص ارز خودنمایی می‌کند. **ارزیابی‌ها نشان می‌دهد اگر برای تامین مواد اولیه همین روند ادامه پیدا کند و این چالش‌ها به قوت خود باقی بمانند، صنعت بیسکویت، شیرینی و شکلات به رشد و چشم‌اندازی که برای آن ترسیم شده است دست نخواهد یافت.**

آنچه در ارتباط با مواد اولیه اصلی این صنعت مطرح است، این موضوع است که تامین مواد اولیه مورد نیاز آن در انحصار دولت است و جزو کالاهای اساسی به‌شمار می‌رود. محصولاتی مانند شکر، روغن و شیرخشک که بخش مهمی از مواد اولیه بیسکویت، شیرینی و شکلات را تشکیل می‌دهند، معمولا در داخل کشور تولید می‌شوند و اگر از خارج هم وارد شوند به دلیل اینکه در سبد کالاهای اساسی قرار دارند، وظیفه دولت است که آنها را برای تولیدکنندگان تامین کند. با توجه به اینکه برای تولید بیسکویت، شیرینی و شکلات به حجم بالایی از این مواد نیاز است، طبیعتا تامین این میزان مواد اولیه برای دولت سخت است. این درحالی است که بارها فعالان اقتصادی تقاضا داشته‌اند که تهیه این مواد اولیه در اختیار خود تولیدکنندگان قرار گیرد تا براساس نیازشان مواد اولیه را وارد یا تهیه کنند.

اما متاسفانه تاکنون متولیان و سیاست‌گذاران به نتیجه نهایی در این باره نرسیده‌اند و به همین دلیل تولیدکنندگان هم از نظر تامین مواد اولیه و هم از نظر قیمت‌ها در مضیقه هستند زیرا قیمت‌ها افت و خیز دارد و طبیعتا قیمت تمام شده و عرضه کالا به‌صورت یک قیمت ثابت امکان‌پذیر نیست.حال این سوال مطرح است که کدام سیاست یا رخداد باعث شده تامین مواد اولیه با این چالش‌ها مواجه شود؟ می‌توان گفت قسمت عمده‌ای از چالش‌های شکل گرفته مربوط به تحریم‌هاست. خلق ارزش‌افزوده در این شرایط برای صنایع کشور بسیار سخت شده است. به هر حال مساله تحریم‌ها و در کنار آن تامین و تخصیص ارز برای واردات مواد اولیه را می‌توان از عمده‌ترین دلایلی دانست که منجر به ظهور چنین دست‌اندازهایی شده است. همه این عوامل دست به دست هم داده‌اند که تولیدکنندگان از مواد اولیه با کیفیت برخوردار نباشند. این موضوع از یکسو باعث می‌شود محصولات باکیفیتی در کشور تولید نشود و از سوی دیگر زمینه رقابت با سایر تولیدکنندگان خارجی فراهم نباشد.

پیشنهادی که می‌تواند در این شرایط تا حدودی از بار مشکلات بکاهد، تک نرخی کردن ارز است که می‌تواند برای اقتصاد ایران کارساز باشد. تولیدکننده ایرانی هیچ‌گاه نمی‌تواند برای دو ماه آتی خود برنامه‌ریزی کند؛ زیرا مشخص نیست قیمت ارز هر روز به کدام سمت و سو پیش می‌رود. طبیعتا این عدم اطلاع از وضعیت ارز روی تصمیمات، قیمت تمام شده کالا و زمینه رقابت تاثیرات مخربی به همراه دارد. این درحالی است که تولیدکنندگان سایر کشورها این محدودیت‌ها را ندارند و به دلیل تصمیمات خلق‌الساعه و فشارهایی که تحت‌تاثیر تحریم وارد می‌شود، کسب‌وکارهایشان تحت‌تاثیر قرار نمی‌گیرد. کالاهایی که دولت در قالب کالاهای اساسی وارد می‌کند با دلار ۴۲۰۰ تومانی است. طبیعتا متولیان تمایلی ندارند که این فرآیند را در اختیار بخش‌خصوصی قرار دهند در نتیجه این موضوع باعث می‌شود فعالان اقتصادی از ارزهای دولتی برای تامین مواد اولیه محروم شوند.

اما آیا سیاست‌هایی که دولت برای تخصیص کالاهای اساسی در نظر گرفته است، تمام نیازها را پوشش می‌دهد؟ یکی از مهم‌ترین مشکلات این روزها این است که تولیدکنندگان به مواد مورد نیاز دسترسی ندارند. این موضوع طبیعتا روی تولید و عرضه کالا تاثیر می‌گذارد چه در زمینه صادرات و چه در تامین مواد اولیه داخلی. در این شرایط سرمایه‌گذاری‌های خارجی و داخلی با افت و خیزهایی همراه خواهد شد. وضعیت کشوراکنون به‌گونه‌ای است که سرمایه‌گذاران چندان رغبتی برای ورود به صنعت غذا ندارند. زیرا صنعت غذا سرمایه‌های هنگفتی را می‌طلبد. حتی یک کارخانه کوچک هم نیاز به میلیون‌ها یورو سرمایه‌گذاری دارد. بانک‌ها باید در این راستا به کمک صنایع بیایند. **۹۹درصد صنعت شیرینی در دست بخش‌خصوصی است** و کاملا به‌صورت خصوصی اداره می‌شود. تسهیلاتی که بانک‌ها می‌دهند بسیار محدود است. طبیعتا سرمایه‌گذاری که انجام می‌شود آن چیزی نیست که تولیدکنندگان دلشان بخواهد. اگر بتوانیم سرمایه‌گذاری انجام دهیم و مواد اولیه مورد نیازمان را هم تامین کنیم، صنایع رشد و بالندگی خود را پیدا می‌کنند. درحال‌حاضر محصولات بیسکویت، شیرینی و شکلات به ۶۶ کشور صادر می‌شوند و رقم صادرات سالانه حدود ۸۰۰ تا ۹۰۰ میلیون دلار است. اما صادراتی که بتواند به مرز دو میلیارد دلار برسد دور از ذهن نیست. این صنعت بسیار بزرگ است و نیاز به حمایت دارد.

اقتصاد، رونق تولید و فرصت‌ها و تهدیدها

صنعت در شرایطی فعالیت می کند که شاهد خبرهای متعدد از وضعیت کنونی آن هستیم فرصت نمایشگاه را غنیمت دیدیم تا از زبان خود صنعتگران به تحلیل شرایط کنونی بپردازیم که با هم می خوانیم.

مهدی بلوغی رضوان شکلات (باراکا)

محمودابوالحسنی صنایع غذایی شاهین سردشت

اقدامات رونق تولید کافی نبود

مدیرعامل شرکت رضوان شکلات در مورد اقداماتی که در راستای رونق تولید انجام شده است می گوید: در ماه‌های اخیر اقدامات و حمایت‌های خوبی در راستای شعار امسال که از سوی مقام معظم رهبری تعیین شده توسط ارگان‌های مختلف صورت گرفته اما با توجه به رشد و افزایش ناگهانی تورم که در سال گذشته رخ داده است همچنان حمایت دستگاه‌های دولتی برای رونق بخشیدن به بخش تولید کافی نبوده و این دستگاه‌ها با توان هرچه بیشتر باید برای کمک به تولیدکنندگان آستین همت را بالا بزنند .

تنش‌های تولیدکنندگان، ماحصل قانون‌ها و رویه‌های متعدد

مهدی بلوغی با اشاره به ضعف در دیپلماسی و روابط سیاسی گفت: تحریم‌های اقتصادی و اختلال در روابط و مراودات با کشورهای خارجی باعث از بین رفتن فرصت های طلایی صادرات شده است و همچنین این موضوعات باعث برهم خوردن بازار داخلی نیز شده که می‌تواند منجر به تعطیلی و یا کاهش شدید تولید صنایع کوچک و بزرگ شود که بزرگترین تهدید برای اقتصاد کشور است.

این مقام مسئول مجموعه رضوان شکلات در ادامه اظهار کرد: شاید هفته‌ای نباشد که یک قانون و یا یک رویه جدید ابلاغ نشود که به دستاوردی جز تنش و استرس بر تولیدکننده ندارد و باعث کاهش انگیزه تولیدکنندگان می‌شود. باید روش‌های سنتی را کنار بگذاریم و در حداقل شرایط یک کشور مطلوب صادراتی را بنچ مارک کنیم و طبق آن عمل کنیم.

اصلاح ارزش افزوده مهمترین اقدام برای رونق تولید

مدیر عامل کارخانه صنایع غذایی شاهین سردشت در مورد اقداماتی که در راستای رونق تولید انجام شده است می گوید: از مهمترین اقدامات ارگان‌ها بخصوص اداره محترم مالیات می‌توانند حذف یا کم کردن ارزش افزوده برای کارخانه‌های تولیدکننده باشد و همچنین اداره محترم بازرگانی با در اختیار قراردادن تسهیلات جهت ورود دستگاه‌های تولید مدرن و با کیفیت می‌توانند در جهت بهبود تولیدات داخلی نقش بسزایی داشته باشد و همچنین با اجازه ورود مواد اولیه با ارز دولتی در روند هر چه بهتر کیفیت محصولات و قیمت مناسب‌تر محصولات موثر باشد.

نوسان قیمت مواد اولیه مهمترین تهدید

این فعال صنعتی در پاسخ به فرصت‌ها و تهدیدها در شرایط کنونی نیز گفت: اکنون که ورود شکلات ها به ایران ممنوع گردیده باید کالاهای با کیفیت تولید گردد تا کمبودی در این زمینه احساس نگردد و مهم ترین تهدید، نبود دستگاه‌های مدرن جهت تولید این محصولات و مواد اولیه مطلوب می‌باشد و همچنین نوسان قیمت‌های مواداولیه باعث تغییر قیمت تمام شده محصول می‌شود که بالطبع در بازار باعث ناراحتی مشتریان می‌شود.

www.iranianacm.ir

علی یادگاری — ماشین سازی یادگاری

تسریع کار تولید کنندگان با بازنگری بروکراسی‌های اداری

علی یادگاری، مدیرعامل ماشین سازی یادگاری در گفتگو با خبرنگار شد در مورد اقداماتی که در راستای رونق تولید انجام شده است گفت: در حال حاضرمهمترین اقداماتی که باید ارگان‌های اجرایی داشته باشند فقط حمایت حداقل معنوی و راه اندازی سریع کار تولید کنندگان در بروکراسی‌های ادرای را باید در اولویت اقداماتشان قرار دهند. که بسیار طولانی و خسته کننده برای تولید کنندگان است که باید این مشکل حل شود.

بزرگترین فرصت تولید محصول‌های خارجی با همان کیفیت

این فعال صنعتی در پاسخ به فرصتها و تهدیدها در شرایط کنونی نیز می گوید:به نظر اینجانب در شرایط کنونی، تولیدکنندگان عزیز باید ضمن حفظ جایگاه خودشان در جهت تولید محصولات خارجی که در ویترین فروشگاه‌های ایرانی هست را با همان کیفیت تولید کرده و این خلاء را پرکنند.

میرعلی هاشکی — آذر شهد

اقدامی در راستای رونق تولید انجام نشده است

مدیرعامل آذرشهد در مورد اقداماتی که در راستای رونق تولید انجام شده، گفت: متاسفانه علیرغم نام‌گذاری سال جاری به نام رونق تولید، حمایتی توسط دستگاههای اجرایی و ذیربط در مورد امر تولید داخلی صورت نگرفته است.

بلاتکلیفی ارزی مسئولان بزرگترین تهدید برای صنعت

وی در پاسخ به فرصتها و تهدیدها در شرایط کنونی نیز گفت: با توجه به تحریم‌های انجام گرفته در خصوص صادرات نفت و غیره و بالا بودن قیمت ارز می‌توان با صادر کردن محصولات غذایی به کشورهای هم‌جوار از فرصتها استفاده شود و عدم ارائه راهکار مناسب برای برگشت ارز توسط مسئولان محترم و بلاتکلفی در این خصوص تهدید بزرگی برای صنعت غذا و کشاورزی است .

صمد روحی بلویردی — بستنی اطمینان آذرگل

استراتژی دولت در زمان تحریم مشخص نیست

مدیرعامل بستنی اطمینان آذرگل در مورد اقداماتی که در راستای رونق تولید انجام شده، گفت: اقدام قابل ملاحظه‌ای از سوی مسئولان در خصوص رونق تولید مشاهده نکرده ایم و هر چه بود فقط در حرف میباشد و اصلا استراتژی دولت در زمان تحریم مشخص نیست و اکثرا دنبال تنش هستند تا حل موضوع.

تهدیدی اگر باشد آن‌هم ناهماهنگی مسئولان باهم است

با توجه به تحریم های همه جانبه بهترین فرصت، استفاده از منابع داخلی (مواد اولیه) و تکنولوژی داخلی و حمایت صنعتگران داخلی است که می‌توانند تهدیدات را خنثی کند و تهدیدی هم اگر باشد فقط ناهماهنگی مسئولین با همدیگر است.

حمداله رسولوی — گروه صنعتی ناربن

اقدامی در راستای رونق تولید ندیدیم

رسولوی، مدیرعامل گروه صنعتی ناربن در گفتگو با خبرنگار شد در مورد اقداماتی که در راستای رونق تولید انجام شده است گفت: در حرف و تا تشکیل جلسه خوب است ولی در اقدام فعلاً چیزی مشاهده نشده و کماکان منتظریم

بزرگترین فرصت تولید محصول‌های خارجی با همان کیفیت

مدیرعامل ناربن در پاسخ به فرصتها و تهدیدها در شرایط کنونی نیز می‌گوید: مهم ترین فرصت در حال حاضر می‌تواند بازار مصرفی کشورهای همسایه باشد که میتواند رونق تولید و فروش را در داخل کشور نیز تضمین کند ولی نوسانات نرخ ارز که سبب می‌شود قیمت مواد اولیه و ملزومات نیز از این بابت تحت تاثیر قرار گیرد و این فرصت را به تهدید تبدیل کند

فرهاد تاجیک — بیسکویت گرجی

هماهنگی ارگان‌ها، کمکی برای رونق تولید

در جهت عملیاتی کردن شعار رونق تولید باید تمام ارگان ها همگام با هم گام بردارند، مهمترین اقدام هماهنگی بین ارگان هایی است که به نحوی به تولید مرتبط هستند به عنوان مثال اگر تمام ارگان ها به تولید کمک کنند ولی گمرگات و بانک مرکزی با آنها هماهنگ نباشند و یا قوانینی متضاد داشته باشند نه تنها به تولید کمک نکرده اند بلکه چالشی جدید نیز ایجاد کرده اند که این اتفاق به کرات در سال ۹۷ افتاد و امیدواریم در سال ۹۸ کمتر دیده شود

مهمترین تهدید، تصمیم‌های غیرکارشناسانه

در این شرایطی که تهدیدها بیشتر از فرصتها است، باید با هوشمندی کامل آنها را تبدیل به فرصت کنیم که کار دشواری است. مهمترین تهدیدها می توانند تصمیمات غیرکارشناسانه باشد. در خصوص بهترین فرصت ها نیز در صورت حمایت از تولیدکنندگان با توجه به حجم تحریم ها توسط شرکت های بزرگ دنیا ، امکان توسعه در تولید در بازار داخلی و کشورهای دوست وجود دارد.

رضا نادری
مدیر عامل کارخانه ویتانا:

موج‌های مخرب کمبود مواد اولیه

صنعت بیسکویت و شکلات در ایران جزو صنایعی است که بخش‌خصوصی بیشترین سهم را در کیک اقتصاد آن داراست. این موضوع به یکی از پراهمیت‌ترین پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های این صنعت تبدیل شده و زمینه‌ساز توسعه و رشد آن را فراهم آورده است. زمانی که سرانه مصرف بیسکویت در دنیا را مطالعه می‌کنید، به‌طور نمونه مشاهده می‌شود که در انگلیس به ازای هر یک نفر مصرف سالانه ۳۵کیلوگرم بیسکویت ثبت می‌شود. انگلیس نه‌تنها بیشترین سرانه مصرف بیسکویت را در کارنامه خود ثبت کرده، بلکه نوع مصرف بیسکویت در این کشور از سبد تنقلات به سبد میان وعده انتقال داده شده است. بعد از انگلیسی‌ها، دومین کشوری که بیشترین مصرف بیسکویت را در دنیا ثبت کرده آلمان است. این درحالی است که میزان مصرف بیسکویت در ایران به ازای هر نفر در سال ۲۱کیلوگرم تخمین زده می‌شود. مقایسه مصرف بیسکویت در ایران با سایر کشورهای دنیا نشان می‌دهد این صنعت هنوز در ایران جایگاه واقعی خود را به‌دست نیاورده است. در این میان، تنوع تولید بیسکویت و شکلات در ایران نیز در مقایسه با سایر کشورها پایین‌تر است. اما چرا این صنعت تاکنون نتوانسته به جایگاه مطلوب خود دست یابد؟

یکی از اساسی‌ترین مشکلات تولیدکنندگان و صنعتگران شیرینی و شکلات در سال گذشته، تامین مواد اولیه بود. حال این سوال مطرح است که آیا این چالش در سال ۹۸ همچنان استمرار خواهد داشت؟ ارزیابی‌ها نشان می‌دهد بسیاری از صاحبان صنایع امسال هم مانند سال قبل با چالش تامین مواد اولیه مورد نیاز برای تولید مواجه خواهند بود. البته این موضوع حتی در برخی از صنایع حادتر شده است. به تبع این چالش به بسیاری از صنایع از جمله صنعت بیسکویت و شیرینی و شکلات هم آسیب‌هایی وارد کرده است. تامین مواد اولیه برای صنایع به‌طور کلی با چند مشکل روبه‌رو است. در گام نخست، کمبود مواد اولیه چالش‌برانگیز شده است. در یک دوره‌های زمانی، برخی از مواد اولیه مورد نیاز کمیاب می‌شود و می‌توان گفت دسترسی به مواد اولیه و ملزومات به معضلی برای تولید تبدیل شده است. نکته بعدی که چالش تامین مواد اولیه را پررنگ‌تر کرده است، افزایش قیمت هفتگی این مواد است. به عبارت دیگر، عدم ثبات قیمت‌ها، برای فرآیند تولید دردسرساز شده است. مساله سوم بحث خرید مواد اولیه است. تولیدکنندگان در سال‌های گذشته، عمده مواد اولیه مورد نیازشان را اعتباری خریداری می‌کردند، اما این سازوکار درحال‌حاضر با تغییراتی همراه بوده و اکنون امکان خرید اعتباری کمتر شده است. این موضوع به چالش عدم نقدینگی کافی بیشتر دامن زده است.

تمام مسوولان اذعان دارند که ایران درحال‌حاضر در جنگ

www.iranianacm.ir

منبع: دنیای اقتصاد

تمام مسوولان اذعان دارند که ایران درحال‌حاضر در جنگ اقتصادی قرار دارد. پس زمانی که در این جنگ هستیم، تمام ساختار کشور باید آرایش جنگی به خود بگیرد؛ نه اینکه فقط کارخانه‌ها و فعالان بخش‌خصوصی که حمایت‌های دولت را ندارند، لباس رزم بر تن کنند و با هزار مشکل بجنگند تا ماندگاری خود را حفظ کنند.

اقتصادی قرار دارد. پس زمانی که در این جنگ هستیم، تمام ساختار کشور باید آرایش جنگی به خود بگیرد؛ نه اینکه فقط کارخانه‌ها و فعالان بخش‌خصوصی که حمایت‌های دولت را ندارند، لباس رزم بر تن کنند و با هزار مشکل بجنگند تا ماندگاری خود را حفظ کنند. بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی که کسب‌وکارشان را رها می‌کنند، به دلیل عدم مهارت لازم یا ضعف در مدیریت، نیست بلکه صاحبان صنایع بار سنگین موضوعاتی مانند «کمبود مواد اولیه»، «پرداخت مالیات»، «وجود قوانین دست و پاگیر»، «مسائل و مشکلات پولی و بانکی» و «تامین مالی سخت» را با خود حمل می‌کنند، اما بالاخره و به ناچار به ایستگاه آخر می‌رسند و دست از فعالیت می‌کشند. در این بین تولیدکنندگانی که ایستاده‌اند و مدار تولیدشان همچنان می‌چرخد، واقعا در جنگ اقتصادی مشارکت دارند. تا زمانی که اتحاد و اجماع ملی برای مقابله با چالش‌های اقتصادی در کشور میان بخش‌خصوصی، سازمان‌ها، نهادها و سیاست‌گذاران دولتی شکل نگیرد، نمی‌توان به پیروزی در جنگ اقتصادی امیدوار بود. زمانی صنعت یک کشور رشد می‌کند که دولت به دلیل در دست داشتن منابع مالی، به شرکت‌های صنعتی که به‌صورت شفاف فعالیت دارند و سود و زیان‌شان مشخص است، سرمایه کافی دهد و در ادامه موانعی که نمی‌گذارد چرخ آن صنعت بچرخد را برطرف کند. یکی از مشکلات فعلی صنایع نامناسب بودن محیط کسب‌وکار است. ایران در مسائلی همچون صدور مجوز، ترخیص کالا، تهیه مواد اولیه و مواردی از این دست براساس شاخص‌های بین‌المللی در وضعیت خوبی به سر نمی‌برد. شاخص‌های بین‌المللی از جمله شاخص سهولت ایجاد کسب‌وکار هم موید این موضوع هستند.

درحال‌حاضر ارتباط با شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران خارجی سخت شده و فعالان اقتصادی نمی‌توانند به راحتی از آنها خرید کنند. در این میان موضوع ارز و افزایش قیمت در چند وقت گذشته فشار مضاعفی به صاحبان صنایع تحمیل کرده و تامین مواد اولیه را با مشکل مواجه کرده است. تخصیص ارز نیمایی یا دولتی قوانین ثابتی ندارد و در بازارهای مختلف تغییر می‌کند. این درحالی است که مدل کسب‌وکار در کشورهای خارجی با مدل کسب‌وکار در ایران کاملا متفاوت است. مهم‌ترین امتیاز ویژه شرکت‌های خارجی ارتباطات گسترده‌ای است که با سایر کشورها دارند. این شرکت‌ها به‌دلیل روابط اقتصادی که با سایر شرکت‌های خارجی دارند، تلاش نمی‌کنند مدیریت تمام کارها را به‌دست بگیرند. آنها معمولا روابط ثابتی دارند و مانند ایران تعاملات‌شان همراه با افت وخیزهای بسیار روبه‌رو نیست. فعالان اقتصادی خارجی با مسائلی از جنس فاصله ارزی و نبود مواد اولیه مواجه نیستند.

ابوالحسن خلیلی
رئیس هیات مدیره و مدیرعامل مجتمع کشت و صنعت ماهیدشت کرمانشاه

تحول صنعت شیرینی و شکلات موجب تنوع در صنعت روغن نباتی

ابوالحسن خلیلی در گفتگو با خبرنگار شهد در مورد مهمترین اقدامات دولتی برای رونق تولید گفت: کاهش بوروکراسی اداری درخصوص ترخیص مواد اولیه و قطعات یدکی در گمرکات کشور، اولویت تخصیص و انتقال ارز به مواد اولیه و قطعات یدکی وکاهش موانع اداری مرتبط با مسائل تأمین اجتماعی، مهمترین اقداماتی است که برای تحقق شعار امسال باید انجام شود.

تحول صنعت شیرینی و شکلات موجب تنوع در صنعت روغن نباتی

مدیرعامل ماهیدشت کرمانشاه، به رشد صنعت شیرینی و شکلات و روغن نباتی اشاره کرد و اظهارکرد: تنوع تولیدات و بسته بندی صنعت شیرینی و شکلات در سالهای اخیر علاوه بر اینکه سعی در پاسخگویی به ذائقه مصرف کنندگان را داشته، تخصصی شدن مواد اولیه را نیز سبب گردیده است. بدین سبب شاید بتوان به نوعی اذعان داشت که تحول در صنعت شیرینی و شکلات، سبب تنوع تولیدات در صنعت روغن نباتی نیز گردیده است.

خلیلی مهمترین تهدید را در شرایط امروز به افزایش قیمت مواد اولیه و تغییر نرخ ارز می داند که سبب گران شدن محصولات نهائی گردیده که این موضوع میتواند تقاضای موجود در بازار را تحت تأثیر قرار دهد در ضمن ادامه روند تحریم ظالمانه جمهوری اسلامی میتواند سبب کمبود مواد اولیه صنایع مختلف شود که علاوه بر کاهش تولید، روند رقابت پذیری صنایع را کم خواهد کرد.

کاهش درآمدهای مردم، اثر منفی در صنعت

وی در ادامه گفت: کاهش درآمدهای مردم، سبب کاهش تقاضا در خرید شیرینی و شکلات خواهد شد که به نوبه خود اثر منفی در صنعت روغن نباتی خواهد داشت.

رقابت عامل ارتقا کیفیت

خلیلی عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمانشاه ادامه داد: رقابت موجود در صنایع مختلف سبب توجه ویژه به موضوع کیفیت و قیمت گردیده است، این روند میتواند افزایش ارتقاء کارآمدی بنگاه ها را در پی داشته باشد.

تولید روغن بدون ترانس خانوار از سال ۸۷ ویژگی بارز مجتمع کشت و صنعت ماهیدشت

رئیس هیات مدیره و مدیرعامل مجتمع کشت و صنعت ماهیدشت کرمانشاه در پاسخ به سوال تنوع تولیدات ماهیدشت کرمانشاه گفت: دسته بندی محصولات ما براساس خانوار و صنف و صنعت است و هر کدام دارای زیرمجموعه فراوانی است و یکی از استراتژیهای تعریف شده در خط مشی کیفی مجتمع کشت و صنعت ماهیدشت تولید محصول به صورت سالم و بهداشتی و با کیفیت بالا است. در این راستا تولید روغن‌های بدون ترانس خانوار (زیروترانس) از سال ۸۷ و روغن‌های بدون ترانس صنف و صنعت از سال ۹۰ یکی از ویژگیهای بارز محصولات این شرکت نسبت به رقبا است و روز به روز در حال گسترش است.

اجرای استراتژی‌های مشتری‌مداری یکی از اهداف مهم

ابوالحسن خلیلی در راستای اجرای استراتژیهای مربوط به مشتری مداری گفت: ارائه محصول با کیفیت بالا برای رضایت و اعتماد مشتری و ارتباط مستمر با مشتریان به منظور شناخت نیازهای جدید آنها، تأمین نظرات و انتظارات مشتریان و علاقه‌مندی درخصوص ارتباط درازمدت با مشتریان و ایجاد حس وفاداری، در اثر مشاوره فنی و راه کارهای تضمینی به مشتریان، تحویل سریع و پاسخگویی شبانه روزی با ایجاد واحد صدای مشتری به عنوان یکی از اهداف این مجتمع بوده است.

www.iranianacm.ir
www.iranianacm.com

صمد روحی بلویردی مدیرعامل بستنی اطمینان آذرگل

پشمک با روکش شکلات و طعم نعنا و پشمک با روکش ارده محصول جدید از «بستنی اطمینان آذرگل»

شرکت بستنی اطمینان آذرگل فعالیت خود را با تولید بستنی و پشمک بصورت سنتی در سال ۱۳۳۰ آغاز نمود و در سال ۱۳۷۶ با اخذ پروانه تاسیس از اداره کل صنایع و معادن و انتقال به شهرک صنعتی شهید سلیمی فعالیت خود را در قالب شرکت سهامی خاص تولید انواع بستنی با برند های»آدلین و اطمینان»وتولید انواع پشمک با برند «حاج عبدا...» بصورت کاملا مکانیزه آغاز کرد و روز به روز پله های پیشرفت و ترقی را به الطاف خدا و همّت مدیران و پرسنل مجموعه طی نموده و با بیش از ۶۶ سال سابقه و با ظرفیت تولید سالیانه حدود ۳۰۰۰ تن با سبد کالایی انواع پشمک بدون قند، پروبیوتیک و ..... در بازار فعالیت نموده و همچنین در این مجموعه ، حدود ۱۴۰۰ نفر نیروی متخصص تولیدی و اداری مشغول بکار هستند.

صمد روحی بلویردی مدیر عامل شرکت بستنی اطمینان آذرگل، عضو هیئت مدیره شرکت زاگرس سرما ، عضو انجمن صنفی صنایع بیسکوئیت شیرینی و شکلات ایران، عضو اتاق بازرگانی ایران، عضو اتاق بازرگانی ایران و آلمان، عضو اتاق بازرگانی ایران و روسیه است و در فرصت هجدهمین دوره نمایشگاه شیرینی و شکلات گفتگویی را با صمد روحی بلویردی، مدیرعامل بستنی اطمینان آذرگل انجام دادیم که با هم می خوانیم:

شهد: در اولین سوال، دسته بندی تولیدات شما و ویژگی تولیدات شما نسبت به دیگر رقبا چیست؟

– **انواع پشمک** (الیافی ، لقمه ای ، زعفرانی ، گز پشمک ، مغزدار ، بدون قند و ...

–**انواع شیرینی و شکلات** (راحت الحلقوم ، اریس ، نوقا ، لوگوم و ...)

–**انواع بستنی** (سنتی ، فالوده ای ، چوبی ، اسکوپی ، کیک بستنی ، یخی ، گز بستنی و..)

و مهمترین ویژگی محصول های ما در رعایت سطح بالای بهداشت و کیفیت محصولات، قیمت مقرون به صرفه محصولات، سهولت در دستیابی به محصولات در اقصی نقاط ایران عزیزمان

شهد: بهترین خاطره صنعتی را در چه می دانید؟

علیرغم تحریم، وضعیت اقتصادی، رکود و تورم، این شرکت علاوه بر حفظ بازار هدف ، هر ساله نسبت به جذب نیروی جدید اقدام کرده است.

شهد: اقدامات شما در راستای «مشتری‌مداری» و ضمانت‌هاو پشتیبانی تولیدات‌تان را بیان کنید؟

نوآوری در تولید ، ارتقا کیفیت و استمرار آن، ایجاد ساز و کار در راستای ارزیابی محصول توسط مشتریان جهت شناسائی ذائقه مشتریان و تولید بر این اساس.

شهد: جدیدترین تولید و دستاوردتان را با ویژگیهایش چیست؟

پشمک با روکش فرآورده کاکائویی با طعم نعنا، پشمک لقمه ای ارده، پشمک لقمه ای ارده با فرآورده روکش کاکائویی

شهد: آیا در بخش صادرات اقداماتی انجام داده اید در صورت مثبت بودن به چه میزان و به چه بازارهایی و آیا شرایط کنونی را برای حضور در بازارهای جهانی و یا حضور در نمایشگاه های خارجی چگونه می بینید؟

مبلغ صادرات در سال ۹۷ حدود ۱۰ ملیون دلار میباشد و بازارهای هدف این شرکت در صادرات کشورهای روسیه، آلمان ، کانادا ، امارات متحده عربی ، عمان ، قطر، آذربایجان ، پاکستان ، ترکیه و عراق است

شهد: صنعت غذا با چه اقداماتی می‌تواند بازارهای بیشتر بین‌المللی را تسخیر کند؟

موانع توسعه بازار منطقه‌ای و جهانی، مساله استاندارد و کنترل کیفیت، مشکل سیاستگذاری‌های دولتی (اعم از قیمت‌گذاری، مالیات، استاندارد و...)، پیوستن به بازار جهانی، دشواری‌های جذب سرمایه‌های خارجی و مشکل تامین مالی؛ اینها برخی از مهم‌ترین مسائل مبتلابه صنایع غذایی ایران است و بسته به اینکه در مورد هر یک از آنها چه مسیری در پیش گرفته شود، سرعت رشد این صنایع تغییر خواهد کرد. کارهای زیادی در صنایع غذایی و تبدیلی می‌توان انجام داد» و «اگر از جوانان دانشمند و علاقه‌مند و پای کارمان به درستی استفاده کنیم، نه‌تنها بازارهای هدف را حفظ می‌کنیم، بلکه سهم بازارسایر کشورها را هم بدست میاوریم. ما احتیاج داریم که در برخی از صنایع غذایی، تکنولوژی را بهبود دهیم و در برخی حوزه‌ها هم واقع‌بینی بیشتری به خرج دهیم

شهد: و چه موانعی اکنون مهمترین مانع رشد تولید و صادرات در این بخش است؟

از مهم ترین موانع داخلی عدم هماهنگی مسئولین سازمانها در هدایت سرمایه به این بخش میباشد و صدور دستورالعمل ها و بخشنامه های متعدد باعث میشود بازار هدفی که به سختی بدست آمده به راحتی از دست بدهیم

مهدی بلوغی
مدیرعامل رضوان شکلات

هدف باراکا تولید محصولات باکیفیت و استفاده از دانش روز

مهدی بلوغی نزدیک به یازده سال در شرکت رضوان شکلات مشغول به فعالیت هست .
شرکت رضوان شکلات با برند باراکا از سال ۱۳۷۳ به صورت رسمی و حرفه ای توسط برادران بایرامی‌آذر کار خود را آغاز کرد .
هدف باراکا تولید محصولات باکیفیت و استفاده از دانش روز صنعت شکلات بوده و سعی کرده، طعم ایرانی برای شکلات ایجاد کند.
هم اکنون در شرکت رضوان شکلات بالغ بر ۵۵۰ نفر و در گروه سرمایه و تجارت رضوان بیش از ۱۲۰۰ نفر حضور دائم و مستمر دارند .

شهد: در اولین سوال تولیدات شما در چند دسته بندی قرار دارد؟

شرکت رضوان شکلات در چهار گروه اصلی در حال فعالیت است:
۱- گروه محصولات فانتزی : شامل محصولات پذیرایی ، کادویی ، تک نفره ، فله ، انواع محصولات پودری و شکلات صبحانه
۲ - گروه محصولات صنعتی :شامل انواع محصولات مورد نیاز در صنایع بستنی، لبنی ، کارخانجات کیک ، کلوچه و صنایع نان
۳- گروه محصولات قنادی : شامل انواع روکش های کیک ، مغزی کیک، ژل های قنادی، کرمفیل ، فوندانت و انواع محصولات تزئینی
۴- گروه محصولات دست ساز : شامل محصولات قالبی، ترافل و محصولات روکشی که تماماً با دست و کاملاً مشابه شکلات های بلژیکی تولید می شود .

شهد: اقدامات شما در راستای «مشتری‌مداری» و ضمانت هاو پشتیبانی تولیدات تان را بیان کنید؟

با توجه به اینکه شکلات دارای استاندارد ملی است، تمام محصولات تولیدی از این شاخص پیروی می‌کند. همچنین نظارت‌های دائمی و سخت‌گیرانه اداره نظارت و نیز رعایت سایر استانداردهای مرسوم صنعت غذا و داشتن واحدهای کنترل و تضمین کیفیت موجبات تولید محصول ایمن را فراهم می سازد. همچنین واحد ارتباط با مشتریان ۲۴ ساعته پذیرای نظرات، پیشنهادات و شکایات مصرف کنندگان محترم بوده و به سرعت نسبت به پیگیری موضوع اقدام می کنند.

شهد: جدیدترین تولید و دستاوردتان را با ویژگیهایش چیست؟

تولید انواع شکلات های دست ساز و فانتزی با سلایق مشتری و فرمولاسیون جدید در بسته بندی های بسیار متنوع که تلاش شبانه روزی همه واحد های کارخانه را می طلبد در دستور کار مدیران رضوان شکلات قرار دارد .

شهد: آیا در بخش صادرات اقداماتی انجام داده اید در صورت مثبت بودن به چه میزان و به چه بازارهایی و آیا شرایط کنونی را برای حضور در بازارهای جهانی و یا حضور در نمایشگاه های خارجی چگونه می بینید؟

از آنجائیکه صادرات کلید رشد و توسعه هر کشوری است و ما هم از آن مستثنی نیستیم و موضوع صادرات در صدر اهداف ما قرارگرفته و با تشکیل تیم صادرات قوی در نظر داریم که میزان صادرات خود را هرسال نسبت به سال گذشته ارتقاء داده و خدارو شکر به این مهم نیز دست یافته ایم به طوریکه هم اکنون به کشورهایی از جمله روسیه ، بحرین ، قطر، عراق ، عمان ، افغانستان، امارات، آذربایجان و مغولستان، ترکمنستان، استرالیا، کانادا و لیبی صادرات داشته و به عنوان یکی از صادر کنندگان برتر شیرینی و شکلات انتخاب شده ایم و این افتخار بزرگی برای کشور در گروه صادرات غیر نفتی و مواد غذایی است . رویکرد باراکا به صادرات به شدت جدی و بر پایه توسعه پایدار است .

شهد: پتانسیل صنعت غذا و بخصوص صنعت شیرینی و شکلات را در بخش اقتصاد چگونه تحلیل می کنید؟

ـ قطعاً چالش کلیه بنگاههای اقتصادی که مجموعه رضوان شکلات نیز از آن مستثنی نمی باشد کمبود نقدینگی بوده که یکی از چالش های اصلی و مشکلات مهم واحدهای صنعتی می باشد
ـ با رسیدن به بالاترین سطح از کیفیت محصولات شیرینی و شکلات ، افزایش رضایت مشتریان ، کاهش بهای تمام شده ، رعایت استانداردهای بین المللی و رعایت شاخصه های زیست محیطی می توان در بازارهای بین المللی نقش پررنگ تری را ایفا نمود که این امر موجب شکوفایی بخش صادرات و همچنین افزایش ارزآوری در بخش صادرات غیر نفتی خواهد شد. باید تولید کنندگان و دولت در یک تیم قرار بگیرند و هدفشان فتح بازارهای صادراتی باشد. اما گاهی مشاهده می شود موضوعات و مصوبات داخلی از جمله تیم تخصیص ارز و بازگشت ارز، فرصتهای از دست رفته ی زیادی در حوزه فروش ایجاد می کند.

www.iranianacm.ir

کیفیت هدف ماست

بیـوک رسولوی مدیرعامل گروه صنعتی ناربن

هـــر روز تولیـــد یـــک خاطـــره خـــوش اســـت

بیـــوک رسـولوی مدیـر عامـل شـرکت ارس پـر بنیـس و گـروه صنعتـی ناربـن متولـد سـال ۱۳۳۵ ؛ نیـم قـرن در صنعـت صنایـع غذایـی فعالیـت کـرد و کارش را بـا تولیـد کیـک و سـپس کلوچـه از سـال ۱۳۴۸ در کنـار پـدرش کـه از سـال ۱۳۴۴ تولیـد کیـک را شـروع کـرد؛ آغـاز نمـود و اینـک خوشـحال اسـت کـه در کارخانجـات و واحدهـای احداثـی حـدوداً دو هـزار پرسـنل در قالـب ۵ برنـد در ۶ واحـد تولیـدی فعالیـت مـی کنـد، گفتگویـی بـا ایـن کارآفریـن انجـام دادیـم کـه باهـم مـی خوانیـم:

شـهد: در اولیـن سـوال، دسـته بنـدی تولیـدات شـما بـه چـه صـورت اسـت؟

تولیدات ما شش گروه کالا را شامل میشوند که عبارتند از :

۱- کاپ کیـک هـای قالبـی ، سـاده ، کاکائـو ، مغـزدار ، کشمشـی و آجیلـی

۲- انـواع کیـک هـای لایـه ای (اسـپنج کیـک هـا) ، دو لایـه ، سـه لایـه ، سـوییس رول ، روکـش دار و سـاده

۳-انواع کلوچه ، کوکی ، و شیرینی خشک مغزدار

۴-انـواع بیسـکویت هـای سـاده ، کـرم دار ، سـبوس دار ، بیسـکویت هـای روکـش دار

۵- انـواع ویفـر هـای سـاده در طعـم هـای مختلـف و همچنیـن ویفرهـای روکـش دار

۶- انواع شکلات با طعم های مختلف ، مغزدار و ساده

شـهد: ویژگـی تولیـدات شـما نسـبت بـه دیگـر رقبـا چیسـت؟

خیلـی خوشـحالم کـه همـکاران خوبمـان در صنعت شـیرینی و شـکلات محصـول بـا کیفیـت تولیـد می‌کننـد و مـا نیـز در جهـت اعتـلای نـام کیـک و بیسـکویت و کلوچـه نهایـت سـعی و تـلاش را بـه کار گرفتـه ایـم کـه بـا تولیـد کالای بـا کیفیـت ضمـن اینکـه در دسـتیابی بـه ایـن مهـم گام برداریم ؛ بتوانیـم ضمـن ارائـه محصـول مقبـول بـه مشـتریان عزیـز یـک رقیـب جـدی بـرای تولیـدات سـایر کشـورها باشـیم و همچنیـن کالای ایرانـی را بـا افتخـار بـه بازارهـای جهانـی ارائـه دهیـم

شهد: بهترین خاطره صنعتی تان؟

هر روز تولید خودش یک خاطره است !

بـه یـاد دارم یـک روز تصمیـم گرفتـم اوایـل ده هفتـاد کیـک مغـزدار را تولیـد نمایـم کـه در مـدت کمتـر از یـک هفتـه لفـاف و ماشـین آلات ؛ و امکانـات را فراهـم و کیـک مغـزدار را روانـه بـازار کـردم و بهتریـن دسـتاوردم آوردن ماشـین آلات پـن کیـک و فـان کیـک و تولیـد آن بـود کـه تـا آن موقـع نـه در ایـران بلکـه در خـاور میانـه نیـز تولیـد نشـده بـود !

شـهد: اقدامـات شـما در راسـتای «مشـتری‌مداری» و ضمانت‌هـاو پشـتیبانی تولیدات‌تـان را بیـان کنیـد؟

بـه روز بـودن در تولیـد، نـوع آوری، رعایـت کامـل کیفیـت محصـولات تولیـدی خودمـان و اخـذ رضایـت مشـتریان عزیـز بـا ارائـه کالای باکیفیـت و مـورد قبـول ؛ در واقـع کیفیـت هـدف ماسـت

شـهد: جدیدتریـن تولیـد و دسـتاوردتان را بـا ویژگیهایـش چیسـت؟

تنـوع هـای خوبـی را در دو سـاله اخیـر در سـبد محصـولات داشـته ایـم کـه توانسـته بـا رقبـای خارجـی در بـازار صـادرات برابـری و بعضـاً فراتـر از آن هـا نیـز باشـد

تنوع های خوبی را در دو ساله اخیر در سبد محصولات داشته ایم که توانسته با رقبای خارجی در بازار صادرات برابری و بعضاً فراتر از آنها نیز باشد / خیلی خوشحالم که همکاران خوبمان در صنعت شیرینی و شکلات محصول با کیفیت تولید می‌کنند

شـهد: آیـا در بخـش صـادرات اقداماتـی انجـام داده ایـد در صـورت مثبـت بـودن بـه چـه میـزان و بـه چـه بازارهایـی و آیـا شـرایط کنونـی را بـرای حضور در بازارهـای جهانـی و یـا حضـور در نمایشـگاه هـای خارجـی چگونـه مـی بینیـد؟

بلـه در بخـش صـادرات اقدامـات موثـری داشـته ایـم کـه توانسـته‌ایم در بازارهـای کشـورهای همسـایه بـازار خوبـی را ایجـاد کنیـم و البتـه حضـور در نمایشـگاه هـای خارجـی جهـت معرفـی کالاهـای بـا کیفیـت ایرانـی میتوانـد موثـر باشـد

شـهد: پتانسـیل صنعـت شـیرینی و شـکلات را در بخـش اقتصـاد چگونـه تحلیـل مـی کنیـد؟

پتانسـیل صنعـت شـیرینی و شـکلات خوشـبختانه در نقـش ارز آور بسـیار بـالا و خـوب ارزیابـی می‌کنیـم کـه تـا بـه الان نیـز ایـن اصـل را ثابـت کـرده اسـت کـه می‌تـوان بـا اقدامـات کارشناسـی بهتـر در شـناخت بازارهـای هـدف و فـروش کالای باکیفیـت بـا برندهـای ایرانـی سـهم بیشـتری را اخـذ کـرد کـه متاسـفانه گـه‌گاه کالائـی بـا برندهـای ایرانـی صـادر می‌شـود کـه اگـر منطـق و کیفیـت در آن بازارهـا حاکـم باشـد ایـن کالای بی‌کیفیـت جایگاهـی نخواهـد داشـت کـه ایـن میتوانـد بزرگتریـن تهدیـد بـرای ایـن صنعـت در آینـده باشـد

میرعلی هاشمی مدیرعامل آذرشهد

تافی‌ترش با برند «یامان» اولین محصول ارگانیک تافی

شرکت آذرشهد در شهرستان ارومیه واقع در استان آذربایجان غربی از سال ۱۳۵۶ فعالیت خود را آغاز نموده و دارای بالاترین تنوع محصول در سطح کشور است .

این مجموعه انواع محصولات خود را با نام تجاری: رانا، راموز، رافونه و یامان تولید می کند که این اقلام شامل : انواع کیک، بیسکویت، شکلات، تافی، آدامس، آبنبات، پاستیل و ویفر است و در فرصت نمایشگاه گفتگویی با میرعلی هاشمی مدیرعامل آذرشهد انجام دادیم که باهم می خوانیم

شهد: در اولین سوال، ویژگی تولیدات شما نسبت به دیگر رقبا چیست؟

تولید محصولات متنوع ، انحصاری و پتانسیل تولید محصولات جدید متناسب با نیاز روز مشتری .

شهد: بهترین خاطره صنعتی خود و بهترین دستاوردتان ...؟

تولید تافی‌ترش با برند «یامان» بعنوان اولین محصول ارگانیک در ایران باعث رونق ظرفیت کنسانتره و کپی‌برداری سایر کارخانجات رقیب در تولید محصولات مشابه ما بود.

شهد: اقدامات شما در راستای «مشتری‌مداری» و ضمانت‌هاو پشتیبانی تولیدات‌تان را بیان کنید؟

شرکت با بهره گیری از افراد متخصص و تکنولوژی مدرن و استفاده نمودن از مواد اولیه مرغوب در جهت توسعه ، همراه با کیفیت مطلوب در راستای مشتری مداری گام بر می دارد.

شهد: جدیدترین تولید و دستاوردتان را با ویژگیهایش چیست؟

تولید انواع حلواهای سنتی سوغات شهرستان ارومیه به صورت صنعتی

شهد: آیا در بخش صادرات اقداماتی انجام داده اید در صورت مثبت بودن به چه میزان و به چه بازارهایی و آیا شرایط کنونی را برای حضور در بازارهای جهانی و یا حضور در نمایشگاه های خارجی چگونه می بینید؟

۵۰٪ تولیدات شرکت آذرشهد به کشورهای همجوار مانند : عراق ، آذربایجان ، ترکمنستان ، افغانستان و تاجیکستان می باشد و هم اکنون در حال بررسی برای حضور در بازار کشور استرالیا است. با توجه به اثبات توانایی در صادرات محصولات شرکت آذرشهد جهت حضور در بازارهای جهانی و نمایشگاه های خارجی رویکرد مثبتی دارد

شهد: پتانسیل صنعت شیرینی و شکلات را در بخش اقتصاد چگونه تحلیل می کنید؟

با توجه به اینکه صنعت شیرینی و شکلات از عمده صنایع تبدیلی کشاورزی است در صورت مهیابودن شرایط برای صادرات می‌تواند از نظر اقتصادی و تداوم تولید و ارزآوری به کشور _ شکوفایی بخش کشاورزی و صنعتی نقش بسزایی داشته باشد.

شهد: صنعت غذا با چه اقداماتی می‌تواند بازارهای بیشتر بین‌المللی را تسخیر کند؟

با توجه به نیاز کشورهای همجوار به محصولات شیرینی و شکلات در صورت حمایت دستگاه های اجرایی ذیربط می تواند به عنوان قطبهای اصلی ارزآوری به کشور از جهت صنایع تبدیلی محصولات کشاورزی باشد و با استفاده از تکنولوژی‌های جدید در تولید محصولات آردی و شکری ، تولید محصول با کیفیت و استاندارد جهانی می توان بازارهای صادراتی بیشتری را تسخیر کرد

شهد: و چه موانعی اکنون مهمترین مانع رشد تولید و صادرات در این بخش است؟

نوسانات شدید قیمت مواد اولیه مورد استفاده ، قوانین دست و پاگیر واردات مواد اولیه ، عدم تامین مواد اولیه در موارد خاص

www.iranianacm.ir

فرهاد تاجیک، مدیرعامل بیسکویت گرجی

بیسکوپلاس با داشتن ۱۲ ویتامین و ۵ ماده معدنی نگین محصولات گرجی

فرهاد تاجیک از سال ۹۲ تحت عنوان مدیرعامل شرکت بیسکویت گرجی مشغول بکار شد و در طول این مدت موفق شد تیم جوان و باانگیزه‌ای را در کنار مشاوران با تجربه در شرکت تشکیل دهد، با توجه به قدمت ۵۸ ساله شرکت این نیروی جوان باعث شده تا چهره شرکت عوض شود و محصولات نوآورانه و خلاق تولید شود. که صد البته این اول راه است و پتانسیل این تیم و مجموعه بیش از این است، محصول های گرجی امروز با طرفداران بیشماری روبروست و موفقیت برندینگ آن مشهور است، به همین دلیل گفتگویی با این فعال صنعت انجام دادیم که با هم می خوانیم.

شهد: در اولین سوال، دسته بندی تولیدات شما و ویژگی تولیدات شما نسبت به دیگر رقبا چیست؟

تولیدات شرکت گرجی به صورت بیسکویت های خشک، بیسکویت های کرمدار، کراکر، ویفر و کیک است که خطوط جدید در حال نصب به تنوع کالایی این شرکت خواهد افزود

شهد: بهترین خاطره صنعتی را در چه می دانید؟

هر روز که یک پروژه به ثمر می رسد و محصول بصورت انبوه تولید می گردد یک خاطره خوش صنعتی است و انتخاب بهترین آن کار دشواری است. بهترین دستاورد شاید بعد از پروژه های زیادی که در طول کاری خود انجام داده ام این بود که در سال ۹۷ رکورد تولید و فروش را در مجموعه بیسکویت گرجی با آن همه دشواری های تامین مواد و ملزومات و نقدینگی بدست آوردیم

شهد: اقدامات شما در راستای «مشتری‌مداری» و ضمانت‌ها و پشتیبانی تولیدات‌تان را بیان کنید؟

مشتری مداری در خط مشی شرکت بیسکویت گرجی قرارداد و ما با برقراری کانال‌های زیاد ارتباطی با مشتریان خود در ارتباط هستیم به گونه ای که پیج اینستاگرام شرکت گویای این مطلب است، ما محصولات خود را تا لحظه ای که بدست مشتریان برسد دنبال می کنیم و بر این عقیده هستیم که با پشتیبانی از آنها، راه موفقیت باز خواهد شد.

شهد: جدیدترین تولید و دستاوردتان را با ویژگیهایش چیست؟

جدیدترین تولید ما محصول بیسکوپلاس است، این محصول با داشتن ۱۲ ویتامین و ۵ ماده معدنی بصورت یک نگین در محصولات گرجی خواهد درخشید و کودکان این مرز و بوم می توانند با استفاده از آن بصورت مداوم همواره شاداب و سرزنده باشند البته مصرف آن محدود به کودکان نیست و این و یتامین ها و ریز مغزی ها برای همه در تمام سنین مفید است.

شهد: آیا در بخش صادرات اقداماتی انجام داده اید در صورت مثبت بودن به چه میزان و به چه بازارهایی و آیا شرایط کنونی را برای حضور در بازارهای جهانی و یا حضور در نمایشگاه های خارجی چگونه می بینید؟

در بخش صادرات علاوه بر بازار عراق و افغانستان، دیگر کشورها را بررسی کردیم و توانسته ایم در برخی از آن ورود کنیم، ورود به بازار های اروپا از جمله آلمان و همچنین کشورهایی مثل استرالیا و کانادا از دیگر دستاوردهای ماست. در نمایشگاههای خارجی شرکت نداشتیم ولی برنامه ریزی برای سال های آینده در این خصوص شده است کشورهای حوزه دریای خزر و خلیج فارس فرصت های خوبی است که ما سعی بر استفاده از آنها داریم و به شکر خدا در این خصوص موفق بوده ایم

صنعت شیرینی شکلات یکی از صنایع موفق است که در رده ارزآورترین صنایع قراردارد و تقریبا تولیدکنندگان ما قادر خواهند بود به سبب کیفیت محصولات خود با رقبای اروپایی رقابت کنند

شهد: پتانسیل صنعت غذا و شیرینی و شکلات را چطور توصیف می کنید و چه موانعی اکنون مهمترین مانع رشد تولید و صادرات در این بخش است؟

در خصوص پتانسیل صنعت غذا، منحصرا شیرینی و شکلات باید گفت صنعت شیرینی شکلات یکی از صنایع موفق است که در رده ارزآورترین صنایع قراردارد و تقریبا تولیدکنندگان ما قادر خواهند بود به سبب کیفیت محصولات خود با رقبای اروپایی رقابت کنند بنابراین با وجود ظرفیت خالی این کارخانه ها، پتانسیل جذب نیرو، درآمد صادراتی و افزایش تولید در این صنعت نهفته است. صنعت شیرینی شکلات همواره در صادرات غیر نفتی یا اولین صنعت ارزآور بوده است یا دومین صنعت ارزآور، بنابراین با توجه به پتانسیل موجود قطعا توان ارزآوری بیشتر وجود دارد که این مهم خود نیازمند حمایت عملی دولت می باشد.

در خصوص موانع موجود در جهت رشد تولید و صادرات عرض کنم که کارخانجات تولیدی باید از قوانین دست و پاگیر رها گردند، تا بتوانند بدون دغدغه به صادرات و افزایش میزان تولید فکر کنند .هر روز یک قانون که متاسفانه مانند سدی در راه تولید است باعث عدم رونق تولید خواهد شد. بحث تعهد ارزی همچنان بزرگ ترین چالش صادرکنندگان است که بانک مرکزی هنوز کانال های مالی و ارزی در کشورهای عراق و افغانستان را مشخص نکرده است.

دریچه ای به سوی صنعت پایدار

جلبک و کاربرد آن در صنعت

با افزایش اطلاعات عمومی درباره‌ی تاثیر بالقوه‌ی رژیم غذایی بر سلامتی انسان، منجر به گشایش دروازه‌های جدیدی در صنعت غذا برای تولید محصولات غذایی کاربردی شده‌است. این افزایش اهمیت برای مصرف مواد غذایی با خواصی فراتر از موارد مرسوم، از جمله تامین انرژی و مواد مغذی، توجه محققین را به سمت مواد مغذی زیستی با منشا طبیعی جلب کرده‌است. از طرفی، غذاهایی که منشا دریایی دارند، به دلیل فراوانی مواد فعال زیستی در خود به خوبی این خواسته‌ها را برآورده می‌کنند. یکی از منابع مورد اطمینان دریایی که به دلیل محتوای غنی مواد شیمیایی مغذی و مفید می‌توانند مورد استفاده قرار گیرند، جلبک‌ها هستند.

جلبک‌ها گروه بزرگی از ارگانیسم‌ها هستند که عمری طولانی بر روی زمین دارند. جلبک‌ها در عین تشابهات فراوان با گیاهان، تفاوت‌های چشمگیری نیز دارند؛ **جلبک‌ها متنوع تر از گیاهان و در عین حال ناشناخته‌تراند.** بیش از نیمی از فتوسنتز بر روی زمین توسط جلبک‌ها انجام می‌شود و نقش مهمی در شکل‌گیری و پایداری بیوسفر زمین دارند.

ماکروجلبک و میکروجلبک‌ها

جلبک‌ها به طور عمده شامل ۲ گروه ماکروجلبک‌ها و میکروجلبک‌ها بوده و گستره‌ی وسیعی از گونه‌های مختلف از جلبک‌های سبز-آبی، که نوعی باکتری‌های گرم منفی هستند، تا علف‌های غول‌پیکر دریایی ۱۰ متری را شامل می‌شوند. ماکروجلبکها شامل سه دسته‌ی phaeophyta (قهوه‌ای)، chlorophyta (سبز) و Rhodophyta (قرمز) بوده و کاربردهای وسیعی در زمینه‌های مختلف غذایی، دارویی، کشاورزی، خوراک دام و آرایشی و بهداشتی دارند

جلبک های Nori، wakame و Kombu از دیرباز در جنوب شرق آسیا به عنوان ماده‌ی غذایی استفاده می شد. همچنین جلبک‌های قهوه‌ای نیز به عنوان منبع اصلی مواد ژلاتینی و پایدارکننده‌ی گیاهی از سال‌های دور مورد استفاده قرار گرفته‌است. شاید به جرات بتوان گفت جلبک Nori شناخته‌شده‌ترین و پرمصرف‌ترین جلبک در سطح جهان باشد. این جلبک بومی ژاپن، از مواد اصلی در پخت غذای سوشی است که طرفداران زیادی در سطح جهان دارد. Wakame و Kombu نیز به عنوان غذای گیاهی مصرف بسیار زیادی در شرق آسیا به‌خصوص کره و ژاپن داشته و دارای بازاری به ارزش چندین میلیارد دلار در جهان هستند. جلبک‌های مذکور بصورت مستقیم و بدون انجام فرآیند خاصی به مصرف غذایی می‌رسند و معمولا در سبد غذایی مردم ایران کاربردی نیستند؛ این در حالی است که گروه دیگری از جلبک‌ها را تقریبا همه‌ی ایرانی‌ها و مردم دنیا مصرف می‌کنند. اگر بر روی بسته‌های مواد غذایی و ترکیبات این مواد نگاهی انداخته‌شود، **احتمالا وجود ماده‌ای با عنوان «پایدارکننده یا استابیلایزر» به‌عنوان بخشی از ترکیب ماده‌ی مصرفی جلب توجه می‌کند.** پایدارکننده‌ها در مواد غذایی و بخصوص نوشیدنی‌ها، دسرها و بستنی‌ها به عنوان قوام‌دهنده و عامل ژلاتینی استفاده می‌شوند. بخش عمده‌ای از پایدارکننده‌ها از گروهی از جلبک‌های قهوه‌ای استخراج شده و کاربرد وسیعی در صنایع غذایی دارند.

از جمله شناخته شده‌ترین پایدارکننده‌های پایه جلبکی می توان به آگار، آلژینات و کاراگینان اشاره کرد.

www.iranianacm.ir

کاری از «بانک ملی جلبک ایران»

از سمت راست: کیمیا نوروزی صادق برزد، دکتر امید توکلی، علی خلیلی، علیرضا مهرداد فر، سید نیما عجایبی

آگار چیست؟

آگار، پلی‌ساکاریدی خطی است که از دیواره‌ی جلبک‌های قرمز، بخصوص گراسیلاریا و ژلیدیوم استخراج می شود. این ماده به شکل پودر سفید یا شیری رنگ تولید می‌شود. آگار در صنایع غذایی به‌عنوان پایدارکننده و قوام‌دهنده در دسرها، شیرینی‌جات، لبنیات، غذاهای آماده و ژله‌ها کاربرد دارد. آگار برای اولین بار در سال ۱۶۵۸ توسط Mino Tarozeamon در ژاپن کشف شد. به طور کلی، اولین بار در جنوب شرقی آسیا از خاصیت ژلاتینی آگار استفاده شده‌است.

آلژینات پلیمری زیستی است که به طور عمده از جلبک‌های قهوه‌ای سارگاسوم استخراج می‌شود.این ماده به صورت خالص وجود ندارد و باید آن را به صورت نمک آلژینات از دیواره‌ی سلولی جلبک استخراج نمود. آلژینات سدیم قابلیت تشکیل ژل، افزایش استحکام بافت‌ها ، پایدارکنندگی و تشکیل فیلم دارد.

کاراگینان صمغی از جلبک قرمز

کاراگینان که از خانواده سولفاته خطی پلی‌ساکارید است، صمغی است که از جلبک دریایی قرمز استخراج می‌شود. عصاره ژلاتینی که از گونه‌ای جلبک دریایی با نام خزه ایرلندی (کوندرس کریپتوس، Chondrus crispus) گرفته می‌شود، صدها سال است که به عنوان افزودنی‌های مواد غذایی استفاده می‌شود. کاراگینان به عنوان جایگزین ژلاتین در غذاهای گیاه‌خواری استفاده می‌شود

از طرف دیگر، میکروجلبک‌ها (ریزجلبک‌ها) پتانسیل بالایی برای برآورده‌سازی پایدار نیازهای غذایی جمعیت روزافزون، به‌ویژه در زمینه نیازهای پروتئینی دارند و از منظر محیط زیستی نیز، برتری‌های چشم‌گیری نسبت به منابع مورد مصرف کنونی دارند.

با استفاده از ریزجلبک‌ها در مواد غذایی می‌توان محتوای مواد مغذی غذا را به گونه‌ای افزایش داد که دارای خواص سلامت محور برای انسان شوند.

ریزجلبک‌ها این توانایی خود را مدیون داشتن مواد شیمیایی ارزشمندی مثل محتوای پروتئینی بالا، پروفایل آمینواسید متعادل، کارتنوئیدها، اسیدهای چرب، ویتامین، و سایر مواد فعال زیستی می‌باشند.

ریزجلبک در بازار به عنوان مکمل‌های غذایی به صورت کپسول، قرص یا پودر خشک

امروزه اکثر محصولات بر پایه ریزجلبک در بازار به عنوان مکمل‌های غذایی به صورت کپسول، قرص یا پودر خشک به فروش می‌رسند، اما تقاضای رو به افزایش برای محصولات غنی و مفید، به‌خصوص زیست‌توده ریزجلبک‌ها، باعث سوق بازار به سمت تولید رنج متنوعی از محصولات غنی‌شده با این مواد سودمند شده‌است.

محصولهای تولیدشده از ریزجلبک‌ها

عمده محصولاتی که می‌توان از ریزجلبک‌ها تهیه کرد به دو دسته تقسیم می‌شوند: ۱- آن دسته از مواد غذایی که می‌توان از ریزجلبک‌ها در آن‌ها به عنوان رنگ‌دهنده طبیعی استفاده کرد و ؛ ۲- آن دسته از مواد غذایی که از ریزجلبک‌ها در آنها به عنوان اهرمی برای افزایش محتوای مغذی در محصولات نهایی استفاده می‌شوند.

استفاده از ریزجلبک در دستور تولید خوراکی‌های مورد مصرف روزانه مثل نان با روند رو به رشد مواجه است که باعث آشنایی و علاقه‌مندی عامه مردم به این محصولات شده‌است.

متاسفانه، با توجه به تکنولوژی پیشرفته‌ی مورد نیاز برای کشت و فرآوری ریزجلبک و عدم پیشرفت در این زمینه، تعداد گونه‌هایی که در مقیاس صنعتی تولید می‌شوند و واحدهای تولید کننده آن‌ها محدود است. یکی از گونه‌هایی که در حال حاضر به طور گسترده تجاری‌سازی شده و مورد مصرف قرار می‌گیرد، کلرلا ولگاریس می‌باشد. این ریزجلبک به دلیل فراوانی، سادگی کشت و محتوای غنی خود، به عنوان یک مکمل غذایی توجه زیادی را به خود جلب کرده‌است. عصاره کلرلا اثرات آنتی‌اکسیدانی، ضدسرطانی، ضدالتهابی و ضدمیکروبی داشته و قادر به کاهش فشار خون و سطح کلسترول است.

اسپرولینا گونه ی دیگری از ریزجلبک‌ها

گونه دیگری که به واسطه مواد سازنده‌اش در صنایع غذایی مورد توجه قرار گرفته‌است، اسپرولینا است. اسپرولینا هم به صورت رنگدانه و هم به‌تنهایی و برای غنی‌سازی مواد غذایی مورد مصرف قرار می‌گیرد. این ریزجلبک فنری شکل، حاوی ۵۰ الی ۷۰ درصد پروتئین، غنی از ویتامین‌های گروه ب (بخصوص کوبالامین)، ویتامین E، و فیکوسیانین است. فیکوسیانین یک رنگدانه پروتئینی است که علاوه بر خواص آنتی‌اکسیدانی‌اش، به دلیل رنگ آبی خود در صنعت رنگ‌های خوراکی مورد توجه قرار گرفته‌است [۱۵]. در حال حاضر، شیرینی‌جات غنی شده توسط ریزجلبک اسپرولینا که علاوه بر طعم دلنشین، دارای فواید بسیار برای سلامتی انسان است، با فرمولاسیونی اختصاصی توسط محققین بانک ملی جلبک ایران تهیه شده‌است.

امیرارسلان نجفیان، مدیربازرگانی کارخانه شمس آذر

کارخانه شمس آذر، مجهز به مدرن‌ترین ماشین آلات روز دنیا در زمینه تولید انواع آرد

مجتمع تولیدی شمس آذر در سال ۱۳۵۸ تحت عنوان شرکت آرد سازی شمس آذر مورد بهره برداری قرار گرفت، در سال ۱۳۸۱ با تغییر در کادر مدیریت و مالکیت شرکت و همچنین سپری شدن عمر مفید ماشین آلات، کلیه ماشین آلات تولید آرد تعویض و با واردات از کشورهای ترکیه و آلمان کارخانه مورد بازسازی قرارگرفت.

در سال ۱۳۸۹ همراه با آزاد سازی، واحد تحقیق و توسعه این مجموعه با تحقیقات میدانی در طیف وسیعی از صنایع مختلف راز موفقیت این مجموعه را کیفیت و در پی آن ثبات در کیفیت اعلام نمود.

تقاضای روز افزون مشتریان، مدیران این شرکت را وادار نموده تا در سال ۱۳۹۰ مدرن‌ترین ماشین آلات روز دنیا در زمینه تولید انواع آرد من جمله آرد ماکارونی را وارد و نصب نمایند، تا بتوانند بهترین کیفیت در زمینه تولید آرد با ظرفیت روزانه ۴۰۰ تن را داشته باشند.

پس از تحقق کیفیت گام دوم ثبات در کیفیت شروع شد، تاسیس سیلوهای فلزی تمام مکانیزه ذخیره سازی گندم با هدف ذخیره سازی حدود ۳۲،۰۰۰ تن مرغوبترین گندمهای سطح کشور و خارج از کشور راه را برای تثبیت کیفیت هموار ساخت.

مدیران مجموعه شمس آذر با تحقیق در زمینه کارخانه های تولید کننده ماکارونی یافتند که موفقیت در زمینه تولید ماکارونی بعد از مواد اولیه با کیفیت، وجود ماشین آلاتی منطبق با تکنولوژی روز دنیا می باشد. به همین خاطر اقدام به نصب و راه اندازی مدرن ترین خط تولید ماکارونی (خط تولید کانتینیوس در فاز اول) با ظرفیت روزانه ۳۰ تن نموده است. در فرصت نمایشگاه گفتگویی با مدیر بازرگانی کارخانه آقای امیر ارسلان نجفیان انجام دادیم:

شهد: در اولین سوال، دسته بندی تولیدات شما به چه صورت است؟

آرد، ماکارونی، کیک و کلوچه

شهد: ویژگی تولیدات شما نسبت به دیگر رقبا چیست؟

زمان پخت سریع -بدون مواد افزودنی

شهد: اقدامات شما در راستای «مشتری‌مداری» و ضمانت‌ها و پشتیبانی تولیدات‌تان را بیان کنید؟

نیروی مشتریان + مشارکت فعال = با سودآوری کلان

یعنی اگر نیازها یا نیروهای اصلی مشتریان را کشف کرده و آن‌ها را با مشارکت فعال جذب کنید، به سود کلانی دست خواهید یافت.

قیمت‌های خود را بر اساس مطالعه مشتریان هدف بهینه کنیم. ببینیم مشتریان قبل از انتخاب محصولات ما چند محصول دیگر را بررسی کرده‌اند. اگر محصولات زیادی را بررسی کرده باشند، نشان می‌دهد که قیمت ما مناسب است.

مشتریان خود را به دقت ارزیابی کنیم و ببینیم از محصولات و خدمات مشابه محصولات شما چگونه استفاده می‌کنند. «نقاط درد» مشتریان را کشف کنیم و برای التیام بخشیدن به آن‌ها به‌سختی تلاش کنیم.

تبدیل شدن به یک شرکت بله‌گو کار سختی نیست. فقط افرادمان را تشویق کنیم تا پاسخ مثبت دادن را به عادت خود تبدیل کنند. واژه نه را از دایره لغات شرکت خود خط بزنیم

از هر سکو به نحوی استفاده کنیم که مانند یک «ماشین بازخورد فعال» عمل کند. این کار باعث می‌شود تا ایده‌های جدید درباره محصولات و خدماتمان را جمع‌آوری کرده و نظر مشتریان برای بهتر کردن آن‌ها را بدانیم

وقتی شرکت‌مان با رویکردی مشتری‌محور کار کند، با مصرف‌کنندگان تعامل کرده و تجربه آن‌ها را بهبود می‌بخشد. این بهترین راه ایجاد یک برند منحصربه‌فرد و بهینه کردن ارزشی است که ارائه می‌دهیم. سهم بازارمان افزایش خواهد یافت و کسب‌وکارمان سودآورتر خواهد شد.

در حال حاضر، مجموعه شمس آذر متشکل از کارخانه آرد سازی و ماکارونی با سه دهه تجربه به عنوان یکی از فعالان برتر صنعت آرد و نان در سطح کشور و کشورهای همسایه شناخته شده است

شهد: آیا در این بخش می توان در بخش ارزآوری نقش پررنگی را داشت؟

بله به لطف خدا

شهد: چه موانعی اکنون مهمترین مانع رشد تولید و صادرات در این بخش است؟

دانش و ارتباطات بازاریابی صادرات، مدیریت کلی صادرات، ویژگیهای محصول و موقعیت رقابتی صادرات- کمبود منابع مالی و اطلاعات ناکافی بازار ارائه شده توسط دولت-رقابت سخت تولیدکنندگان خارجی، اندازه شرکت و ملزومات مالی

شهد: مهمترین «فرصت و تهدید» را در شرایط کنونی اقتصادی به چه صورت می‌دانید؟

ثبات اقتصادی فعلی، مهمترین دستاورد اقتصادی دولت یازدهم و دوازدهم است و باید با جدیت تمام، از این دستاورد مهم صیانت شود

و تهدید موجود، روند کند سرمایه گذاری و نرخ پایین رشد موجودی سرمایه خالص در اقتصاد ایران است

www.iranianacm.ir

گفتگو با مدیران شاهین سردشت اذربایجان غربی
آقایان، محمود ابوالحسنی و آزاد علیپور

کارخانه صنایع غذایی شاهین سردشت اذربایجان غربی در سال ۱۳۸۵ شروع به کار کرده این کارخانه جهت تولید قند کله و شکسته به روش پخت در خلاء فعالیت داشته است و افتخار داشته با ایجاد موقعیت اشتغال زایی در منطقه محروم سردشت حدود ۱۰۰ کارگر و کارمند را تحت پوشش قرار داده است. و در نهایت این کارخانه در سال ۱۳۹۲ بعلت عدم سود دهی (برابری قیمت شکر با قند) به فعالیت خود پایان داد. و بار دیگر با ایده‌های نو با تغییر کاربری از تولید قند به تولید شیرینی و شکلات از ابتدای سال ۱۳۹۶ فعالیت خود را آغاز نماید.

از تولید قند کله و شکسته تا شیرینی و شکلات

شهد: در اولین سوال تولیدات شما در چند دسته بندی قرار دارد؟

دسته‌ی اول آبنبات‌ها، و دومین دسته‌بندی تافی‌ها و تافی‌های مغز دار و همچنین انواع شکلات‌ها و شکلات‌های دست‌ساز

شهد: ویژگی های محصولات شما نسبت به دیگر تولیدکنندگان در چیست؟

این کارخانه با در نظر داشتن رعایت حقوق مصرف‌کننده سعی بر این داشته تا با استفاده از مواد اولیه و رنگ‌های عالی و طبیعی این مهم را محقق سازد. و با در نظر گرفتن سلایق سعی بر این داشته از بسته‌بندی‌های شیک برای محصولات خود استفاده کند و قابل ذکر است که الگوی انتخاب نوع کالای این کارخانه، از الگوی به روز تولیدات است.

شهد: مهمترین دستاورد شما:

تولید و اشتغال زایی این کارخانه، که با تولید محصولات، با کیفیت عالی توانسته است در مدت زمان کوتاه در بازار، کنار بقیه رقبا قرار بگیرد و همچنین با رضایت مصرف‌کننده مواجه شده است، و اینکه این کارخانه توانسته است در بخش اشتغال‌زایی نقشی، در آن منطقه محروم با استخدام ۴۰ کارگر و ۲۰ کارمند (۶۰ خانوار) را داشته باشد و در نظر دارد تا با تولید و تنوع در تولیدات خود بتواند بخش بیشتری از مردمان بومی آن منطقه محروم را تحت استخدام خود درآورد.

شهد: اقدامات شما در راستای «مشتری‌مداری» و ضمانت هاو پشتیبانی تولیدات تان را بیان کنید؟

مجموعه ما حمایت خود را از کلیه نماینده‌های استان‌ها و شهرستان‌ها و تمامی مشتری‌های تهران اعلام داشته و در ضمن اینکه در نظر داریم تا با تبلیغات گسترده و ایجاد سمپلینگ با توجه به نیاز هر شهری بصورت جداگانه اقدام نماید، و همچنین در این راستا با قبول ورودیه‌های فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای هر شهر بتواند اقدامی در بهبود برقراری ارتباط با مشتریان خود داشته باشد. این کارخانه جهت تولید هرچه بهتر محصولات خود و ارتباط مستمر با نماینده ها اقدام به برقراری جلسات جهت استفاده از نقطه نظرات، انتقادات، پیشنهادات کرده است. همچنین با در نظر گرفتن حقوق مشتریان خود بنا به درخواست مرجوعی کالا تحت هر شرایطی موافقت نموده است.

شهد: جدیدترین تولید و دستاوردتان را با ویژگیهایش چیست؟

این کارخانه در پیشبرد تولیدات خود اقدام به تولید انواع تافی‌های مغزدار و شکلات و شکلات‌های دست ساز با کیفیت بالا کرده است.

شهد: پتانسیل صنعت غذا و بخصوص صنعت شیرینی و شکلات را در بخش اقتصاد چگونه تحلیل می کنید؟

با توجه به اینکه ایران کشوری است که مصرف شکلات در آن بسیار بالا است می تواند توجه به این صنعت در بخش‌های مهمی اعم از اشتغال زایی در زمینه تولید شیرینی و شکلات و بالطبع کارخانه های مرتبط با مواد اولیه مربوط به این صنعت و کارخانه های ماشین سازی و کارخانه هایی نظیر صنعت چاپ و بسته بندی و غیره را نیز شامل می شود که هر کدام از آن ها باعث ایجاد اشتغال می گردد.

با توجه به پتانسیل این صنعت می توانیم از ورود کالاهای قاچاق به کشور خودداری کنیم و همچنین با تولیدات هر چه بهتر محصولات آن ها را صادر کرده که این روند خود باعث ورود ارز به کشور می گردد.

شهد: آیا صنعت غذا می تواند در بخش ارز آوری نقش پررنگی داشته باشد؟

با توجه به پتانسیل این صنعت می توانیم از ورود کالاهای قاچاق به کشور خودداری کنیم و همچنین با تولیدات هر چه بهتر محصولات آن ها را صادر کرده که این روند خود باعث ورود ارز به کشور می گردد.

علی یادگاری، مدیرعامل ماشین سازی یادگاری

ماشین آلات یادگاری، با کیفیت اروپایی و قیمت مناسب، مطابق با نیاز کشور

ماشین سازی یادگاری با بیش از ۲۵ سال سابقه نخستین تولید کننده انواع ماشین آلات مواد غذایی، خطوط تولید شکلات، آبنبات مغزدار، تافی مغزدار تک رنگ و دو رنگ جویدنی، بن بن، دپازیت قنادی و ... در ایران است.
این واحد توانسته با برنامه‌ریزی دقیق و منظم و استفاده از فن آوری نوین روز به روز بر تنوع محصولات خود بیفزاید و با ارایه ی خدمات پس از فروش از جمله نصب و راه اندازی و آموزش رایگان، یکسال ضمانت و ده سال خدمات پس از فروش، به هدف خود که در راس آن جلب رضایت مشتریان، بهبود کیفیت و ارتقاء روند تولید و صادرات است، برسد.
خلاقیت، نوآوری، خدمات پس از فروش و کیفیت بالا راز توسعه و فروش محصولات ماشین سازی یادگاری در ایران، آسیای مرکزی، خاور میانه و اروپا است، از همین رو گفتگویی با علی یادگاری مدیرعامل شرکت ماشین‌سازی یادگاری انجام دادیم که با هم می خوانیم

شهد: در اولین سوال، شما دارای رقبای متعددی هستید به همین خاطر می خواهیم بپرسیم ویژگی تولیدات شما نسبت به دیگر رقبا چیست؟

ما سعی کردیم که ماشین آلات را نسبت به نیاز کشور طراحی و به تولید برسانیم که نسبت به ماشین آلات اروپایی با قیمت خیلی مناسب در اختیار تولید کنندگان محترم قرارداده، در ضمن ماشین آلات با همان کیفیت اروپایی ساخته می‌شوند.

شهد: بهترین خاطره صنعتی خود و بهترین دستاوردتان ...؟

بهترین خاطره ما زمانی هست که برای اولین بار ماشین را طراحی و ساخته و استارت ماشین شروع میشود و نتیجه میدهد, جزء بهترین لحظات زندگی ما محسوب میشود.

شهد: اقدامات شما در راستای «مشتری‌مداری» و ضمانت ها و پشتیبانی تولیدات تان را بیان کنید؟

ماشین آلات مجموعه ما به مدت ۱سال گارانتی و به مدت ۱۰سال دارای خدمات میباشد.

شهد: جدیدترین تولید و دستاوردتان را با ویژگیهایش چیست؟

جدید ترین ماشین آلات این واحد در فرآوری و تمپرینگ شکلات میباشد که از سیستم طبقاتی استفاده گردیده که بسیار کم جا گرفته و قابلیت های فراوان دارد

شهد: آیا در بخش صادرات اقداماتی انجام داده اید در صورت مثبت بودن به چه میزان و به چه بازارهایی و آیا شرایط کنونی را برای حضور در بازارهای جهانی و یا حضور در نمایشگاه های خارجی چگونه می بینید؟

ما حدود بیست سال هست که در امر صادرات حضورداریم ولی متاسفانه در سالهای اخیر به دلیل نبود مراودات بانکی متاسفانه هر روز تاثیر گذاشته و بدتر میشود.

شهد: پتانسیل صنعت غذا و بخصوص صنعت شیرینی و شکلات را در بخش اقتصاد چگونه تحلیل می کنید؟

بله من فکر میکنم بعد از نفت و پتروشیمی تنها بخشی که میتواند ارز آوری داشته باشد صنعت غذا و شیرینی و شکلات میباشد و ماشین آلات صنایع غذایی و شیرینی , شکلات که بالاترین ارزش افزوده را نسبت به تمامی صنایع کشور دارد ولی خیلی کمرنگ شده است .

– صنعت غذا با چه اقداماتی می تواند بازارهای بیشتر بین المللی را تسخیر کند؟

صنعت غذا در صورتی که روابط بین المللی برد برد خوب داشته باشیم میتواند رشد کند.

– و چه موانعی اکنون مهمترین مانع رشد تولید و صادرات در این بخش است؟

به علت اینکه کشورهای اطراف معمولا برای ورود محصولات ایرانی گمرک ورودی بالایی را تحمیل میکنند ,برای مثال برای همان محصول مشابه از کشوری مثل ترکیه با گمرک ورودی کمتری اتخاذ میکنند که در نهایت هرچقدر قیمت تمام شده محصول ایرانی پایین هم باشد نمیتواند رقابت کند در ضمن دولت ها نیز در روند صادرات و تسهیل آن و با جوایز صارداتی و غیره در تسخیر بازارها کمک می‌کنند.

www.iranianacm.ir
www.iranianacm.com

فرشید لطفی مدیرعامل بتیس

استراتژی فروش «بتیس» برای جلب رضایت مشتریان

همراهی محصول از لحظه تولید تا زمان مصرف

شرکت بتیس سارد پارسیان در سال ۱۳۹۱ با رویکرد بازرگانی و صادرات کالاهای ایرانی به کشورهای حوزه خلیج فارس و آسیای میانه در سال ۱۳۹۱ تاسیس شد و بعد از حدود ۲ سال یعنی درپانزدهم اسفند ماه سال ۱۳۹۳با راه اندازی خطوط تولید خود رسما «در زمره تولیدکنندگان شیرینی و شکلات درآمد که کماکان رویکرد صادراتی خود را نیز حفظ کرده است در فرصتی مغتنم گفتگویی با فرشید لطفی مدیرعامل این شرکت انجام دادیم که با هم می خوانیم:

شهد: در اولین سوال دسته بندی محصولات تان و ویژگی تولیدات شما نسبت به دیگر رقبا چیست؟

در دو گروه محصولات صنعتی و کارگاهی با زیر مجموعه ای از محصولات روکش های بستنی و مغزی های کیک و کلوچه و نیازمندی های کارگاههای قنادی ومحصولات نهایی قنادی و فروشگاهها در گروههای فله و فانتزی و کادویی است و مهمترین ویژگی محصول های ما، وجود محصولی ارگانیک در سبد کالاهای این مجموعه که به دلیل سختی تولید و تعداد نفرات زیاد مورد نیاز در فرایند تولید آن می توان به عنوان محصولی خاص و انحصاری از آن نام برد

شهد: بهترین خاطره صنعتی تان چیست؟

بهترین خاطره اینجانب مربوط می شود به پانزدهم اسفند ماه سال ۱۳۹۳ که در بدو راه اندازی خط تولید و متعاقب اقدام در خصوص اخذ پروانه بهداشتی ساخت و ارائه نمونه محصول به سازمان غذا و دارو و تایید کیفی آن و همزمان با صدور پروانه به علت کیفیت بالا و جلب رضایت مدیران و کارشناسان سازمان ، اخذ سفارشی در حدود پانزده هزار بسته جهت هدایای نوروزی کلیه پرسنل ادارات تابعه و وابسته به وزارت بهداشت وسازمان غذا ودارو بود که این اتفاق تاییدی دوباره و ضمنی بر کیفیت وسلامت محصولات تولیدی شرکت بتیس بود که شور و حال و لحظات خوبی را درآغاز کار بتیس و پایان سال ۹۳ برای دست اندرکاران مجموعه رقم زد

شهد: اقدامات شما در راستای «مشتری‌مداری» و ضمانت‌هاو پشتیبانی تولیدات‌تان را بیان کنید؟

نگاه شرکت بتیس در خصوص فروش و جلب رضایت مشتریان، همراهی با محصول از لحظه تولید تا زمان مصرف توسط مصرف کننده ای که بتیس را مفتخر به انتخاب خود کرده است ، می‌باشد یعنی این مجموعه با کنترل کالاها در انبار مشتریان و سپس در فروشگاهها و نحوه حمل و توزیع و نگهداری آنها رسالتی دارد با این سرفصل، که بتیس به عنوان یکی از بهترین کالاها در بهترین حالت و کیفیت و در بهترین زمان مصرف شود . کالاهای که کمتر از سه ماه به پایان مصرف آن باقی مانده باشد را در فروشگاهها جمع آوری و با کالاهای تولید روز جایگزین می نماید.

شرکت بتیس، اساس و پایه تولید را بر مبنای صادرات شکل داده است و در ابتدا بر مبنای نیاز بازارهای صادراتی مسیر تولید محصولات خود را پایه‌ریزی و سپس توسعه داده تا جایی که درصد قابل توجهی از تولیدات این شرکت به کشورهای آسیای میانه، عراق و افغانستان صادر می‌شود

شهد: آیا در بخش صادرات اقداماتی انجام داده اید در صورت مثبت بودن به چه میزان و به چه بازارهایی و آیا شرایط کنونی را برای حضور در بازارهای جهانی و یا حضور در نمایشگاه های خارجی چگونه می بینید؟

شرکت بتیس، اساس و پایه تولید را بر مبنای صادرات شکل داده است و در ابتدا بر مبنای نیاز بازارهای صادراتی مسیر تولید محصولات خود را پایه‌ریزی و سپس توسعه داده تا جایی که درصد قابل توجهی از تولیدات این شرکت به کشورهای آسیای میانه، عراق و افغانستان صادر می‌شود. درخصوص شرکت مستمر و با برنامه و متعاقب آن تثبیت قوانین صادراتی در نمایشگاه‌های خارجی ، قطعا این اقدام در مورد شناساندن تولیدات شرکتهای ایرانی به بازار مصرف کشورهای محل برگزاری چنین نمایشگاههایی مفید بوده و می تواند توان رقابتی شرکتهای تولید کننده ایرانی در بخش شیرینی وشکلات را در مقایسه با رقبایی چون ترکیه بهبود دهد

تهیه و تنظیم: ستایش نوروزخانی

چگونه با هر کسی صحبت کنیم؟

در زندگی به دو دسته از اشخاص بر می‌خوریم:
آن‌هایی که وارد اتاق می‌شوند و می‌گویند: خوب، من اینجا هستم.
آن‌هایی که وارد اتاق می‌شوند و می‌گویند: اه، شما اینجا هستید.

چگونه به آنچه می‌خواهیم برسیم؟

آیا تاکنون اشخاص موفقی را تحسین کرده‌اید که به نظر می‌رسد آنچه را می‌خواهند در اختیار دارند؟ این اشخاص را می‌بینید که در جلسات تجاری و در مهمانی‌های اجتماعی با اطمینان‌خاطر و اعتمادبه‌نفس بالا حرف می‌زنند. این‌ها کسانی هستند که بهترین مشاغل را از آن خود کرده‌اند، بهترین همسران را دارند، دوستان ناب دارند و حساب‌های بانکی‌شان پر از پول است.
اما تند نروید و به عجله قضاوت نکنید! بسیاری از آن‌ها از شما باهوش‌تر و با استعدادتر نیستند. از شما بیشتر درس نخوانده‌اند حتی جذاب‌تر از شما هم نیستند. با این حساب موضوع از چه قرار است؟ بعضی‌ها می‌گویند آن‌ها این ویژگی‌ها را به ارث برده‌اند یا خیلی ساده از بخت و اقبال بلند بهره داشتند، این است که در روابط خود با سایر انسان‌ها از مهارت‌های بیشتری برخوردارند.
کسی به تنهایی به اوج نمی‌رسد؛ آن‌هایی که به نظر می‌رسد به همه خواسته‌هایشان رسیده‌اند، کسانی هستند که طی سالیان متمادی دل و ذهن صدها نفر را به دست آورده‌اند تا به آن‌ها در همه فعالیت‌های خود کمک کنند.

در صفحه‌ی بعد به چند مورد از راهکارهای ساده برای رسیدن به موفقیت بزرگ در روابط اشاره خواهیم کرد :

www.iranianacm.com

برگرفته از کتاب چگونه با هر کسی صحبت کنیم از لیل لوندر

بدون داشتن آخرین خبرها از خانه بیرون نروید

آخرین کاری که بعد از پوشیدن لباس و قبل از ترک خانه باید بکنید این است که رادیو را روشن کنید و به خبرهای آن گوش بدهید یا روزنامه صبح را ورق بزنید و از خبرهایش آگاه شوید. هر اتفاقی که امروز افتاده جالب است. وقتی از اخبار مطلع باشید، مجبور نیستید از اشخاص درباره خبرهای روز سوال کنید.

چگونه مانند یک شخص مثبت ظاهر شویم

اغلب اشخاص فکر می‌کنند وقتی با کسی آشنا می‌شوند که از او خوششان می‌آید باید مطلبی را با او در میان بگذارند، حرفی بزنند و نشان بدهند که آن‌ها هم انسان هستند.
اگر یک سوپراستار باشید، می‌توانید هر حرفی را بزنید و موفق عمل کنید؛ اما اگر یک سوپراستار نیستید، باید بیشتر رعایت و احتیاط کنید.
وقتی با کسی سابقه رابطه داشته باشید، اینکه بگویند سه بار تاکنون ازدواج کرده‌اید یا در کودکی از فلان فروشگاه جنسی را دزدیده‌اید یا شغل مهمی را که می‌خواستید به شما ندادند مشکل چندانی ایجاد نمی‌کند؛
اما اگر با کسی به تازگی رابطه برقرار کرده‌اید و این قبیل حرف‌ها را به او بزنید ممکن است این سوال برایش مطرح شود که حالا بعد از این چه می‌خواهد بگوید؟

همیشه حرف جالبی برای گفتن داشته باشید

حتما شما هم شنیده‌اید که بعضی‌ها می‌گویند: نمی‌توانم به مهمانی بروم، لباس ندارم که بپوشم؛ اما آخرین باری که شنیده‌اید کسی گفت: نمی‌توانم به مهمانی بروم برای اینکه حرفی برای گفتن ندارم، کی بود؟
وقتی به جلسه و اجتماعی می‌روید که از شبکه بزرگی درست شده است، طبیعی است که لباس منظمی بپوشید و دقت کنید که کفش‌هایتان با لباس‌تان به هم بخورند و جور دربیاید. پیراهن و کت و شلوار شما هم باید به شکلی با هم هماهنگ باشند. سرتان را شانه می‌کنید، کارت‌های ویزیت را در جیبتان می‌گذارید و عازم می‌شوید.
اما آیا بهترین چیزتان را فراموش نکرده‌اید؟ آیا فکر کرده‌اید که چه باید بگویید و چگونه حرف بزنید که تصویر بهتری از خود را به نمایش بگذارید؟ آیا هر چه را به ذهنتان می‌رسد بازگو می‌کنید؟ همان‌طور که وقتی می‌خواهید لباس بپوشید کورکورانه دست در قفسه لباس‌تان نمی‌برید تا یکی را بیرون بکشید، باید برای صحبت کردن هم دستورالعملی داشته باشید.
یکی از کارهایی که می‌توانید بکنید این است که قبل از ترک منزل به برنامه اخبار گوش بدهید. در این لحظه در دنیا چه اتفاقی افتاده است؟ باید بدون توجه به جمعیتی که قرار است به آن‌ها بپیوندید، حرفی برای گفتن داشته باشید.

به جنبه‌های مثبت توجه داشته باشید

وقتی برای اولین بار با کسی ملاقات می‌کنید، محتاط‌تر عمل کنید. بعد وقتی روابط شما با این دوست جدید مستحکم‌تر شد، می‌توانید با او درباره مسائل دیگر حرف بزنید؛ اما در حال حاضر به جنبه‌های مثبت بچسبید و جنبه‌های منفی را رها سازید

چگونه مانند یک شخص مهم حرف بزنیم

به جنگل انسانی خوش آمدید. وقتی دو ببر در جنگل کنار هم راه می‌روند، نگاهی به هم می‌اندازند و از خود می‌پرسند: اگر قرار باشد مبارزه‌ای رخ دهد، کدام یک از ما شانس بقای بیشتری داریم؟
اما دنیای انسان‌ها با دنیای حیوانات جنگلی تفاوت می‌کند. انسان‌ها به هم نگاهی می‌اندازند و بعد حرف می‌زنند. در دنیای تجارت در حالی که طرفین تبسم می‌کنند و حال یکدیگر را می‌پرسند، کارشان شبیه ببرها است. آن‌ها به غریزه و خود به خود می‌خواهند یکدیگر را سبک سنگین کنند.
آن‌ها طول ناخن‌ها و تیزی دندان‌هایشان را اندازه‌گیری نمی‌کنند. به جای آن از سلاحی به شدت کارآمدتر برای بقای زندگی برخوردارند. انسان‌ها با توجه به مهارت‌های ارتباطی با یکدیگر مقایسه می‌شوند. ۸۵ درصد موفقیت یک شخص در زندگی رابطه مستقیم با مهارت‌های ارتباطی او دارد. با توجه به آمار منتشر شده، کارفرمایان معیار انتخاب و استخدامشان مهارت‌های ارتباطی است و نه تحصیلات و تجربه و آموزش. آن‌ها می‌دانند مهارت‌های ارتباطی، اشخاص را به راس هرم می‌برد. اشخاص در صحبتی که با هم می‌کنند، متوجه می‌شوند کدامشان در جنگل انسانی تیزچنگال‌تر هستند. دیری نمی‌گذرد که اشخاص می‌فهمند کدامشان شخص مهم‌تری هستند.

مدیرعامل شرکت رضوان مهر البرز پویا (رماپک)

شاهـکار بسته بنـدی، راهـکار موفقیـت

دراین فضای متلاطم اقتصادی و مشکلات صنعت که گریبان‌گیر تولیدکنندگان شده، بهتر اینکه در خصوص زیبایی‌ها و پیشرفت‌های بعمل آمده در حوزه صنعت بسته‌بندی صحبت داشته باشیم و این شیرینی را با یکدیگر تقسیم کنیم.

سال های نه چندان دور هنگام خرید، عموم مردم در قفسه‌های فروشگاهی جذب کالاهای لوکس وارداتی می‌شدند و به جرات می‌توان گفت برخی نیز خرید کالاهای ایرانی را به سخره می گرفتند و خرید کالاهای وارداتی را نوعی مدرن بودن جلوه می‌دادند.

شاید اتفاقی که در چند ساله گذشته افتاده است برگرفته از سخنان شیخ ابو سعید ابوالخیر است که : «هرکسی از هرجا که هست یک قدم به جلو بردارد»

بدون شک با حضور در بازار داخلی و بازدید از قفسه‌های فروشگاهی، رشد این صنعت و اتفاق رو به جلو را می‌توان احساس کرد و همین موضوع بهمراه کیفیت مناسب محصولات داخلی این دیدگاه را تغییر داده و عموم مردم دیگر با افکار گذشته به محصولات ایرانی نگاه نمی‌کنند و قطعاً تغییر در نوع استراکچر و طراحی بسته‌بندی‌ها نیز دراین فرآیند دخالت مستقیم داشته است.

در راستای اهداف این صنعت، شرکت رضوان مهر البرز پویا (رماپک) در سال ۱۳۸۷ با شعار **«شاهکار بسته بندی، راهکار موفقیت»** پا به عرصه تولید گذاشت و در چند سال حضور خود در این صنعت گام‌های موثری را برداشته که به مواردی هر چند کوتاه اشاره می‌کنیم:

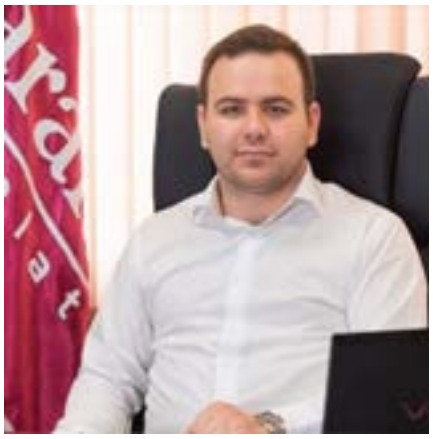
باتوجه به اینکه «رماپک» بصورت تخصصی در صنعت شیرینی و شکلات فعالیت داشته، لذا یکی از دغدغه‌های این صنعت نیز استراکچر و طراحی‌های متنوع بوده است، بنابراین درگامی موثر نسبت به جذب نیروهای متخصص طراحی که دیدگاه بین‌المللی داشته اند اقدام نمود و برگرفته از بازار داخلی طرح‌های متنوعی جهت محصولات داخلی خلق نمود که برندهای بزرگی همانند باراکا، بتیس، قافلانکوه، آچاچی، ژانسه، مینو و سایر جهت تولید و عرضه به بازار خود از آن ها استفاده نمودند.

شاید یکی از دلایل پیشرفت این برندها، نوع طراحی و جعبه‌های فوق العاده زیبای رماپک است که در بسته‌بندی محصولات با کیفیت خود استفاده می‌نمایند و با درج نوشتار MADE IN IRAN در پشت بسته‌بندی‌ها اقتدار ایران و کالای ایرانی را درعرصه بازار داخلی و خارجی به رخ سایر تولیدکنندگان کشانده‌اند. و همین موضوع باعث شده تا در برخی موارد در عرصه بین‌المللی و در حوزه صادرات گام‌های موثری برداشته و باعث ارز آوری شده‌اند.

شاخص ویژگی تولیدات رماپک، صفرتا صد بودن پروسه تولیدات این مجموعه و ارایه به مشتریان می‌باشد و از خدمات این مجموعه می‌توان به ارایه مشاوره، طراحی، چاپ، خدمات پس از چاپ، مونتاژ اشاره نمود که در فضایی به مساحت ۱۰/۰۰۰ متر مربع و با به کارگیری و ایجاد اشتغال برای ۱۰۰ نفر نیروی متخصص مشغول به فعالیت می‌باشد.

با تمام مشکلاتی که سال گذشته و سال‌جاری گریبان‌گیر تولیدکنندگان بوده و این شرکت نیز از آن قاعده مستثنی نبوده و بحمدالله این شرکت جهت توسعه فعالیت‌های خود در سال جاری نسبت به تکمیل خدمات به مشتریانش راه اندازی خط کارتن‌سازی را هدف‌گذاری نموده تا با ارایه خدمات تکمیل‌تری به طرفین قراردادها ضمن تولید و در اختیارگذاردن انواع جعبه، دغدغه تامین کارتن بسته بندی را نیز نداشته و تمرکز بیشتری صرفاً به کیفیت محصولات تولیدی خود داشته باشند؛ **رماپک مشتریان خود را که سایر تولیدکنندگان هستند را نه به دید یک مشتری، بلکه به دید یک شریک تجاری نگاه می‌کند که قطعاً پیشرفت آن برندها، پیشرفت کشور عزیزمان ایران در راستای تولید ملی خواهد بود.**

احسان بایرامی - مدیر کسب و کار باراکا



چهار لحظه سرنوشت ساز

در این مقاله به لحظه ZMOT خواهیم پرداخت، Zero Moment Of Truth لحظه صفر سرنوشت (زیمات)

خرید اتفاق نیافتاده است و هنوز به فروشگاه نرفته‌ام، من به دنبال بهترین انتخاب می باشم، از کجا شروع می‌کنم؟؟

۱-جستجودر دنیای اینترنت وفضای مجازی
۲- دیدن تبلیغات تلویزیونی و محیطی
۳- تبلیغات بروشوری و کاغذی
۴-پرس و جو از دوستان و خانواده

همه موارد بالا از ارکان ZMOT می‌باشند.

در دنیای امروز ما دیگر بازاریابی سنتی مخاطب زیادی ندارد.رفتار مصرف کنندگان با رونق بیشتر اینترنت و فضای مجازی به شدت تغییر کرده است.امروزه خریداران به این فکر میکنند که چطور یک محصول می تواند سطح زندگی را ارتقا دهد، انقدر جستجو میکنند تا به دیدگاه لازم برسند ،فرایند روبرو شدن با نیازهای این خریداران در لحظه صفر سرنوشت اتفاق می افتد.

مصرف کننده امروزی قبل از رفتن به فروشگاه اطلاعات بسیاری را درباره برند ها و محصولات آنان کسب کرده اند. نظر سایر مصرف کنندگان را خوانده و رویا پردازی میکند و در نهایت آماده خرید می شود و با اعتماد به نفس خرید میکند،تمامی مراحل را با دوستان و اقوام خود به اشتراک میگذارد،فروشندگان موفق این لحظه را به خوبی درک کرده نظر خریدار راجلب میکنند،این لحظه همان ZMOT یا همان لحظه صفر سرنوشت می باشد. بگذارید مثال های دیگری بزنم برای مثال شخصی پشت میزش نشسته وقبل از خرید پرینتر،قیمت انواع پرینتر های مختلف و نوع کارایی آن را بررسی میکند ویا در هنگام خرید اتومبیل با توجه به بودجه مد نظر تمامی اتومبیل های نزدیک به بودجه را بررسی میکنیم. باید باور کنیم امروزه ۷۰٪مردم امریکا قبل از خرید محصول، نقد بررسی آن را مطالعه میکنند،۷۹٪خریداران از موبایل برای خرید آسان استفاده میکنند،۸۳٪ از مادران وقتی تبلیغ جذاب میبینند در اینترنت درباره آن سرچ میکنند.

ما وظیفه داریم در لحظه های تصمیم گیری شرکت کنیم . اطلاعات جامعی در اختیار مصرف کننده بگذاریم.البته در زمانی که مصرف کننده اشتیاق نشان می دهد.اولین و احتمالا آخرین تصمیم را مشتری در این مرحله میگیرد. ZMOT موفقیت های کوچک راتبدیل به موفقیت های بزرگ کرده و می تواند موفقیت های بزرگ را تبدیل به شکست کند.

رونق صادرات شکلات مشروط به تامین مواد اولیه و فراوانی کالا است

شکلات قاچاق در سوپرمارکت‌های مناطق لوکس‌نشین

صنعت شیرینی و شکلات کشور ظرفیت زیادی در تولید و صادرات دارد. هم چنین اشتغالزایی این صنعت یکی دیگر از نکات مثبتی است که ضرورت توجه و حمایت از این صنعت را هر روز بیشتر آشکار می سازد. صادرات شکلات های ایرانی فرصت ارزآوری خوبی را در اختیار کشور قرار خواهد داد اما اگر نیاز این صنعت تامین و مشکلات تولید آن برطرف شود.

بسیاری از فعالان بازار اظهار داشته اند که شکلات های ایرانی به بازارهای اروپا صادر می شود. کشورهای ارمنستان، سوریه، ازبکستان، قزاقستان، عراق و افغانستان از عمده بازارهای صادراتی ایران هستند. در این میان برخی دیگر از این فعالان بر این باورند که صادرات شکلات های ایرانی تنها به کشورهای همسایه اختصاص دارد، در این بین حتی صادراتی به کشور امارات صورت نمی گیرد زیرا این کشور مهد شکلات های سوییسی و فرانسوی است.

اما رئیس اتحادیه بیسکویت، شیرینی و شکلات می گوید: در صورت تامین مواد اولیه توان ارز آوری از طریق صادرات شکلات به یک تا یک و نیم میلیارد دلار افزایش خواهد یافت.

جمشید مغازه‌ای با اشاره به اینکه واحدها در تامین شکر کماکان با مشکلاتی روبه‌رو هستند، اظهار کرد: هم اکنون واحدهای تولیدی شکر مورد نیاز را با نرخ بالای ۵ هزار تومان از بازار آزاد خریداری می‌کنند که این امر بر افزایش هزینه‌های تولید دامن زده است. وی با اشاره به اینکه التهاب بازار روغن نسبت به گذشته تا حدودی فروکش کرده است، افزود: روغن خام به میزان کافی در اختیار کارخانه‌های تولیدی قرار می‌گیرد، از این رو تولیدکنندگان شیرینی و شکلات برای تامین روغن مورد نیاز مشکلی ندارند.

مغازه‌ای درباره آخرین وضعیت بازار بیسکویت و شکلات، گفت: با توجه به آنکه شکلات جزو اقلام اساسی در سبد خانوار محسوب نمی‌شود، از این رو تولیدکنندگان تا حد امکان سعی می‌کنند به سبب نبود کشش بازار و کاهش قدرت خرید افراد، قیمت‌ها را افزایش ندهند. به گفته این مقام مسئول قیمت شکلات نسبت به مدت مشابه سال قبل تنها ۲۰ درصد افزایش داشته است این در حالی است که قیمت آرد، حقوق و دستمزد نسبت به سال گذشته رشد چند برابری داشته

www.iranianacm.ir

است. مغازه‌ای ادامه داد: با توجه به کاهش تقاضا برای خرید شکلات در فصل تابستان، واحدهای تولیدی با احتیاط به امر تولید می‌پردازند.رئیس انجمن بیسکویت، شیرینی و شکلات در پایان رونق صادرات را مشروط به تامین مواد اولیه و فراوانی کالا دانست و گفت: بنابر آمار سال گذشته ۳۱۷ هزار تن شکلات، بیسکویت و آبنبات با ارزش بالغ بر ۸۰۰ میلیون دلار به بازارهای هدف صادر شد که در صورت تامین مواد اولیه امسال این امکان وجود دارد که ارز آوری حاصل از صادرات را به یک تا یک و نیم میلیارد دلار افزایش دهیم.

نرخ گذاری سلیقه ای شکلات های قاچاق

نورالدین امامی، فعال بازار شیرینی و شکلات

صنعت شکلات را باید یکی از درآمدزاترین صنایع دنیا معرفی کرد. در کشورهای دیگر از این صنعت به عنوان یکی از اصلی ترین صنایع ارزآور یاد می کنند و سرمایه گذاری های کلانی نیز بر روی این صنعت انجام شده است. کشورهای اروپایی بخصوص سوییس و فرانسه توانسته اند این صنعت را به عنوان یک صنعت مادر معرفی کنند و درآمد ارزی حاصل از آن را سالانه افزایش دهند. در ایران نیز پتانسل تولی انواع شکلات وجود دارد اما وارداتی که به صورت قاچاق شکلات های خارجی را به کشور می رساند مانعی برای استقبال از تولید داخلی شده است.

البته میزان قاچاق شکلات مشخص نیست ولی گردش مالی آن به میلیاردها تومان می‌رسد و در بسیاری از فروشگاه‌های سطح شهر بخصوص سوپرمارکت های مناطق لوکس نشین نیز این کالاها عرضه می‌شود وآن‌ها می‌توانند به راحتی شکلات های قاچاق خارجی را به فروش برسانند در حالیکه اگر مسوولان و متولیان رسیدگی به این اقدامات درست و مناسب عمل می کردند شاهد این حجم از شکلات های قاچاق در کشور نبودیم. برای صادرات این محصولات لازم است در ابتدا بازارهای داخلی را ساماندهی کنیم تا فروش در بازار داخلی داشته باشیم و پس از آن برای صادرات شکلات به خارج از ایران اقدام کنیم. البته لازم است اشاره شود که برخی از سوپرمارکت داران نیز از فروش چنین محصولاتی استقبال می کنند، زیرا بعضا شاهد نرخ گذاری هایی در این خصوص هستیم که با کسر آن از قیمت خرید، سودهای ۲۵۰ درصدی را نصیب فروشندگان می کند. هم چنین در مناطق لوکس نشین در صورت افزایش قیمت، از خرید چنین محصولاتی استقبال بیشتری می شود، زیرا ذهنیت برخی خریداران این است که هر آنچه قیمت یک محصول بیشتر باشد، پس کیفیت آن مطلوب تر است در حالی که بسیاری از این نرخ گذاری ها بصورت سلیقه ای اعمال می شود. به هر ترتیب با تشدید هر چه بیشتر نظارتها در مبادی ورودی کشور و همچنین بالا بردن سطح برخوردها در عرصه توزیع ریسک فروش این محصولات افزایش می یابد و به دنبال آن دایره فروش چنین اقلامی کاهش می یابد.

کوتاه از گوشه و کنار جهان

ترجمه :تحریریه شهد

شکلات جدید نستله شکر افزوده ندارد

شرکت مواد غذایی Nestle SA راهی را برای تولید شکلات بدون شکر افزوده پیدا کرده است. در این راستا شرکت برای شیرین کردن بر روی ماده باقی مانده از گیاهان کاکائو تکیه می کند. در همین حال مصرف کنندگان به خوراک طبیعی و سالم تر می نگرند.

این شرکت تولید کننده مواد غذایی از یک تکنیک ابداعی برای تبدیل خمیر سفید بهره می برد که با پوشش دادن دانه های کاکائو از آن یک پودر خاص می سازد. این پودر به طور طبیعی حاوی شکر است.

به گفته «Vevey»، شرکت سوئیس محور، پاییز امسال در ژاپن، تحت دستور العمل جدید، نستله شروع به فروش قالب های شکلات KitKat با شکلات تلخ ۷۰٪ خواهد کرد که هیچ نوع شکر افزوده ای را در بر نمی گیرد. تاکنون، پالپ هرگز به عنوان یک شیرین کننده برای شکلات مورد استفاده قرار نگرفته است و معمولا بیشترین قسمت آن بیرون انداخته می شود.

الکساندر فون مایولت، مدیر بخش کسب و کار شیرینی سازی نستله در یک مصاحبع تلفنی گفت که این شرکت قادر است تا از همان فرآیند برای تولید شکلات شیری یا سفید در آینده استفاده کند.

صنعت غذا و نوشیدنی در رابطه با تولید محصولات سالم تر در بحبوحه افزایش میزان چاقی و دیابت از سوی مصرف کنندگان و دولت ها تحت فشار است. حرکت نستله شاید باعث تقویت جایگاه خود به عنوان یک رهبر در این صنعت شود و البته این اتفاق سه سال پس از کشف راهی برای تغییر ساختار شکر جهت تقویت قدرت شیرین کنندگی خود رخ می دهد.

بزرگ ترین شرکت تولید کننده مواد غذایی در جهان سال آینده قصد بهره برداری از تکنیک پالپ برای سایر برند های شیرینی در چندین کشور دیگر را دارد.

به اعتقاد فون مایلوت، دستیابی به یک شکلات اعلا تر محصول بکارگیری پالپ است. شکر یک جزء و عنصر ارزان به شمار می رود.

شکلات تلخ ۷۰٪ جدید نستله ۴۰٪ شکر کمتر از شبیه ترین قالب های شکلات با شکر افزورده دارد. وزن شکر در هر بسته کیت کت های شکلات تلخ موجود نستله ۱۲.۳ گرم است.

فون مایلوت خاطرنشان کرد که روند کاهش میزان شکر بی وقفه ادامه دارد و فقط در یک لحظه تمرکز بر روی آن نیست. فرآیند فوق بیشتر حول روش جدیدی برای تولید شکلات و استفاده از بهترین قسمت غلاف کاکائو می چرخد.

www.iranianacm.ir

اخبار انجمن و صنعت را در سایت www.iranianacm.ir پیگیری کنید

واردات ۳ میلیون دلاری شکلات به کشور

بر اساس آمار گمرک در سال ۹۷ بیش از ۷۴۵ تن شکلات از کشورهای مختلف جهان وارد ایران شده است.

آمار مقدماتی گمرک از تجارت خارجی سال ۹۷ نشان می‌دهد که در این مدت حدود ۷۵۴ تن شکلات از کشورهای مختلف جهان وارد ایران شده است.

بر اساس واردات این حجم شکلات به کشور، ۲ میلیون و ۹۶۷ هزار و ۱۸۶ دلار ارز از کشور خارج شد که بالغ بر ۱۲۴ میلیارد و ۷۱۳ میلیون و ۶۷۳ هزار و ۳۵۲ ریال در آمار گمرک به ثبت رسیده است.

لازم به ذکر است که شکلات از ۱۰ کشور جهان از جمله آلمان، اسپانیا، ایتالیا و امارات متحده عربی وارد ایران شده است.

در بین کشورهای ذکر شده در بین کشورهای ذکر شده آلمان با صادرات ۱۹۳ تن شکلات به ارزش ۹۸۷ هزار دلار بزرگترین صادرکننده این محصول به ایران بوده است.

==========

بازار آسیا در برابر تامین "شکلات" کم آورد!

تأمین تقاضای بالای شکلات دوستان در آسیا از توان کشاورزان این منطقه خارج شده و افزایش واردات دانه‌های کاکائو از آفریقا و آمریکای جنوبی را به دنبال داشته است.

پیتر جاسمن، رئیس انجمن صنعت کاکائوی اندونزی اظهار کرد: اندونزی که بزرگترین تولیدکننده و فرآوری کننده دانه‌های کاکائو در آسیا است، سال گذشته ۲۴۰ هزار تن دانه کاکائو وارد کرد که رکورد بالایی محسوب می‌شود و ممکن است در سال ۲۰۱۹ خرید بیشتری انجام دهد. آمار نشان می‌دهد مالزی نیز سال گذشته وارداتش را ۱۰ درصد افزایش داد و به ۳۴۵ هزار تن رساند. تولید دانه کاکائو در اندونزی طی یک دهه اخیر که کشاورزان با آفت محصول و کهن‌سالی درختان روبرو شده‌اند نیمی کاهش یافته است و آنها را ناچار کرده است به پرورش محصولات سودآورتر روی بیاورند. در نتیجه این کشور از صادرکننده بزرگ به واردکننده بزرگ دانه کاکائو تبدیل شده و با توسعه ظرفیت فرآوری، خرید خارجی در بیش از پنج سال گذشته بیش از دو برابر افزایش یافته است.

در مالزی نیز داستان مشابهی در جریان است. تولید این کشور از حدود ۱۰۰ هزار تن در دو دهه قبل به کمتر از هزار تن کاهش یافته است و کشاورزان به تولید روغن پالم روی آورده‌اند. این افت شدید باعث شد فرآوری کنندگان مانند شرکت گوان چونگ به دنبال خرید دانه کاکائو از نقاط دیگری باشند.

انجمن صنعت کاکائوی اندونزی سال گذشته اعلام کرد این کشور طرحی شامل یک برنامه ملی برای افزایش تولید دانه کاکائو به ۶۰۰ هزار تن تا سال ۲۰۲۴ دارد که برای تأمین تقاضای داخلی و صادرات کافی خواهد بود.بر اساس گزارش بلومبرگ، بازیگران جهانی در اندونزی سرمایه گذاری کرده‌اند تا در موقعیت مناسب برای تأمین تقاضای رو به رشد قرار بگیرند. جدیدترین آنها شرکت اولام اینترنشنال بود که اوایل امسال ۹۰ میلیون دلار برای خرید شرکت بی تی کاکائو هزینه کرد. انتظار می‌رود آسیا تا سال ۲۰۲۰ به بزرگترین بازار پودر کاکائو در جهان تبدیل شود که در محصولات مختلف نظیر کلوچه‌ها، نوشیدنی‌های شکلاتی و بستنی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

طبق اعلام انجمن کاکوئوی آسیا، فرآوری دانه کاکائو در آسیا طی چهار سال گذشته بیش از ۲۵ درصد رشد کرده و در سال ۲۰۱۸ به حدود ۷۸۰ هزار تن رسید. آسیایی‌ها با افزایش سطح رفاه محصولات شکلاتی بیشتری مصرف می‌کنند.

==========

استیضاح قیمت‌گذاری دستوری

۹۲ درصد شرکت‌کنندگان در نظرسنجی یک برنامه تلویزیونی، رای به ناموفق بودن قیمت‌گذاری دستوری دادند.

این رای تاییدکننده نظر کارشناسانی است که اعتقاد دارند تنظیم بازار با هدف کنترل تورم محکوم به شکست است. یافته‌های نظری و تجارب جهانی نشان می‌دهد ریشه تورم در سیاست‌های پولی است و باید به جای وزارت صمت، بانک مرکزی مسوولیت کنترل تورم را برعهده گیرد. اما در ایران با یک برداشت اشتباه تنظیم بازار به عنوان یک الگو پذیرفته‌شده در دنیا جلوه داده می‌شود. این در حالی است که نوع تنظیم بازار در ایران، بدیلی در دنیا ندارد. چراکه دنیا از سیاست‌های مستقیم و قیمتی به سمت سیاست‌های غیرمستقیم و غیراقتصادی (همچون حمایت‌های بیمه‌ای) رفته است. ضمن اینکه سیاست‌های با هدف تنظیم بازار در دنیا، بر محدوده اندکی از حوزه‌ها اعمال شده و دارای روش‌های متنوعی بوده‌اند؛ اما در ایران این سیاست‌ها در حوزه‌های گسترده‌ای اجرا شده و تنها هم از ابزار کنترل قیمت بهره گرفته‌اند. کشورهای موفق به دلیل عوارض جانبی مسیرهای مستقیم و قیمت‌گذاری که همان فساد و رانت است، از این سیاست‌ها فاصله گرفته‌اند. تجربه‌ای که در ایران هم اثبات شده است. برای نمونه بررسی صنعت شکر نشان می‌دهد حداقل ۱۵۰۰ میلیارد تومان رانت به واسطه شکل قیمت‌گذاری نصیب دلالان می‌شود.

صادق حداد مدیرعامل بیک صنعت

«بیک صنعت» واردکننده‌ی بهترین برندهای ماشین آلات و لوازم صنایع نان، شیرینی، شکلات و رستوران

شرکت بیک صنعت در سال ۱۳۷۴ با هدف ارایه جدیدترین ماشین آلات صنعت نان و به طور خاص ماشین آلات تولید نان حجیم تأسیس شد و درطول سالیان گذشته طیف محصولات شرکت بتدریج گسترش پیدا کرده و ماشین آلات و لوازم قنادی و رستوران را نیز در برگرفته است، به طوری که هم اکنون بیک صنعت نه فقط در حوزه ی ماشین آلات نانوایی، بلکه در حوزه های قنادی و رستوران نیز برای مشتریان، برندی شناخته شده به حساب می آید. به طور خلاصه دو رویکرد استراتژیک و مهم شرکت برای گسترش کسب و کار، متنوع سازی طیف محصولات و سرمایه گذاری بر روی تولید محصولات درداخل کشور بوده است؛ و سبد کنونی محصولات شرکت نتیجه ی عمل به این دو رویکرد کلیدی محسوب می شود از این رو گفتگویی با صادق حداد، رییس هیات مدیره و مدیربازرگانی شرکت بیک صنعت انجام دادیم:

شهد: اقدامات شما در راستای «مشتری‌مداری» و ضمانت‌هاو پشتیبانی تولیدات‌تان را بیان کنید؟

به اعتقاد بنده مشتری مداری در این کسب و کار می تواند به صورت عمل به یک سری اصول حرفه ای در ارایه خدمات به مشتریان تعریف شود؛ که به طور خلاصه از پاسخگویی سریع و به موقع به مشتریان آغاز شده، با ارایه اطلاعات مشاوره ای حرفه ای و صادقانه ادامه یافته (به گونه ای که مشتریان با آگاهی کامل محصولی با قیمت و کیفیت مناسب و کاملاً مناسب نیازشان خریداری نمایند) و درنهایت با ارایه خدمات نصب و راه اندازی، آموزش کاربری تجهیزات و ایجاد اطمینان از دارا بودن پشتیبانی کامل تیم خدمات شرکت کامل می گردد. به زبان دیگر فارغ از بزرگی؛ کوچکی و یا اهمیت پروژه تلاش همیشگی ما بر این است که مشتریان تیم شرکت بیک صنعت را به عنوان تامین کننده و مشاوری امین در تمامی مراحل چه قبل و چه بعد از خرید در کنار خود احساس کرده و با اطمینان و اشراف کامل نسبت به سرمایه گذاری و اجرای پروژه اقدام نمایند

پکیج محصولات شرکت در زمینه کالاهای وارداتی شامل مجموعه ای از بهترین برندهای ماشین آلات و لوازم صنایع نان، شیرینی، شکلات و رستوران است که شرکت بیک صنعت در قالب نمایندگی رسمی در ایران اقدام به واردات، عرضه و ارایه خدمات پس از فروش محصولات آنها می نماید

شهد: جدیدترین تولید و دستاوردتان را با ویژگیهایش چیست؟

خودباوری حاصل از تلاش شبانه روزی همکاران بنده در طول سالیان اخیر در خصوص تولید ماشین آلات با کیفیت در داخل کشور یکی از دستاوردهای بزرگ مجموعه ی بیک صنعت بوده است، به گونه ای که هم اکنون به طور همزمان مشغول نهایی سازی تولید چندین خط محصول جدید هستیم که به زودی وارد بازار خواهند شد.

در حوزه های کالاهای تولیدی، تمام توان مجموعه براین بوده است که از به روزترین برندهای دنیا برای الگوبرداری صنعتی استفاده شود

شهد: آیا در بخش صادرات اقداماتی انجام داده اید در صورت مثبت بودن به چه میزان و به چه بازارهایی و آیا شرایط کنونی را برای حضور در بازارهای جهانی و یا حضور در نمایشگاه های خارجی چگونه می بینید؟

در زمینه ی تولید نیز با تکیه بر توان مهندسین مجرب شرکت و استفاده از بهترین و مرغوب ترین مواد اولیه و لوازم تولیدی اقدام به تولید ماشین آلات با کیفیت در حد استانداردهای بین المللی که توان رقابت در بازارهای بین المللی را داشته باشد نماییم

شاهد صحت این ادعا در زمینه کالاهای تولید بیک صنعت، استقبال مشتریان خارجی به ماشین آلات تولیدی شرکت می باشد که خوشبختانه روند افزایشی داشته است؛ این امر شرکت را ترغیب نموده تا حضور پررنگ تری در نمایشگاه های بین المللی منطقه داشته باشد

www.iranianacm.ir

معرفی یک فعال صنعت چاپ و بسته بندی

ارائــه‌ی راه‌حل‌هــای نوآورانــه در صنعــت چــاپ و بســته‌بندی

مســیر توســعه صنایــع لفــاف زریــن "SLZ" باهــدف رفــع مشــکلات کهنــه صنعــت چــاپ و بســته‌بندی از طریــق ارائــه راه‌حل‌هــای نوآورانــه، بهره‌گیــری از سیســتم هــا و تکنولــوژی مــدرن و مشــاورین متخصــص فعالیــت مــی کنــد

احمــد میزبــان در خانــواده ای کارآفریــن و صنعتگــر متولــد شــد، خانــواده ای کــه در آن همــواره اندیشــه توســعه صنعــت ایــن مــرز و بــوم جریــان داشــته و دارد.
او بــا اندیشــه خلــق ارزش افــزوده در صنعــت چــاپ، بســته‌بندی و رنــگ ســازی، اقــدام بــه پــرورش منابــع انســانی خــلاق و متعهــد و تولیــد محصولاتــی بــا اســتاندارد جهانــی و قابلیــت تجزیــه پذیــری نمــوده و توانســت صنایــع لفــاف زریــن را بــر پایــه دانــش مدیریــت و بهره‌گیــری از تکنولــوژی روز راه انــدازی کنــد.
مســیر توســعه صنایــع لفــاف زریــن "SLZ" از ســال ۱۳۸۲ باهــدف رفــع مشــکلات کهنــه صنعــت چــاپ و بســته‌بندی از طریــق ارائــه راه‌حل‌هــای نوآورانــه، بهره‌گیــری از سیســتم هــا و تکنولــوژی مــدرن و مشــاورین متخصــص ایــن حــوزه آغــاز شــد، رویکــردی کــه موجــب شــد صنایــع لفــاف زریــن تبدیــل بــه برنــدی پیشــرو در صنعــت فیلم‌هــای پلیمــری و بســته‌بندی‌های انعطاف‌پذیــر شــود.
او بــر ایــن اعتقــاد اســت کــه وظیفــه بســته بنــدی تنهــا مراقبــت فیزیکــی از محصــولات غذایــی نیســت، بلکــه چــاپ و بســته بنــدی جزیــی از محصــول بــه شــمار مــی آیــد و نقــش موثــری در محافظــت شــیمیایی و جلوگیــری از مهاجــرت مــواد شــیمیایی بــه محتویــات بســته، افزایــش عمــر مفیــد مــواد غذایــی و تصمیــم مصــرف کننــده بــه هنــگام خریــد ایفــا میکنــد.
امــروز، رشــد تولیــد صنایــع لفــاف زریــن بــا ارتقــاء ســرعت، دانــش، کیفیــت و پــرورش منابــع انســانی کارآمــد، بالــغ بــر ۲۵،۰۰۰ تــن در ســال اســت و همچنــان بــا احســاس مســئولیت نســبت بــه محیــط زیســت و نســل آینــده؛ اندیشــه توســعه تولیــد محصولاتــی بــا کاهــش ضخامــت و افزایــش اســتقامت را جهــت کاربــرد کمتــر پلاســتیک و حفــظ طبیعــت دارد.

ویترین شکلاتی

جهت درج جدیدترین محصول تان می توانید عکس ۱۰ در ۱۰ سانتی متر محصول را به ایمیل SHAHD_MAG@YAHOO.COM ارسال نمایید

www.iraniicf.ir
www.iranianacm.com

بیسکویت گرجی
Gorji
Chehreha
BISCUIT

خوشه سلبن
Coffee
Biscuit
CELEBON_CO

تافی یامان
Yaman

هیوا
ژله براق کننده کیک

پشمک حاج عبدالله
Hajabdollah

آیدین
Aidin

چاپ و جعبه سازی

فشته بهار

- دارای نشان استاندارد ملی ایران
- پروانه بهداشت از سازمان غذا و دارو
- نشان سیب سلامت و نشان حلال بین المللی

با بیش از ۶۰ سال سابقه

مشاوره

چاپ و تولید انواع جعبه های شیرینی بهداشتی و جعبه مقوایی

چاپ افست، سلفون کشی مات و براق، یووی، مقواهای آج دار

فروش انواع فولدر های اداری

تولید مقوای رنگی همراه با آج (امباس)

خیابان شهید رجایی، کوچه شهید غفاری، مجتمع اخوین، پلاک ۴۱

تلفن: ۸۸ ۱۰ ۰۹ ۵۵ (۰۲۱) - ۱۶ ۵۲ ۰۶ ۵۵ (۰۲۱)

شرکت بازرگانی ماگما

MAGMA

MAGMA TRADING CO.

واردکننده مواد اولیه کارخانه‌های صنایع غذایی (پکتین، کاراگینان، آگارآگار، گوارگام و ...)

نماینده انحصاری شرکت هانیت اتریش

Hanit

The Power of Ingredients

تهران، کوی نصر، خیابان پنجم، پلاک ۱۰، طبقه ۲، واحد ۶

۰۲۱-۸۸۲۸۴۵۰۶ ۰۲۱-۸۶۱۱۱۸۳۲ ۰۹۱۲-۶۱۸۷۵۶۸

magmaco

magmaff.com

چالش‌ها و تجربیات پیاده‌سازی ERP در حوزه شیرینی و شکلات

در میزگرد فعالان صنعت

با توجه به فرهنگ غذایی مردم کشورمان و نیز صادرات به کشورهای همسایه، محصولات حوزه شیرینی و شکلات طرفدارهای خاصی دارد. به لطف گسترش فعالیت کارخانجات این حوزه، صادرات شیرینی و شکلات در سال گذشته بیش از ۷۰۰ میلیون دلار ارزآوری داشته است. از طرفی صنعت مواد غذایی و به ویژه حوزه شیرینی و شکلات در زمره صنایع استراتژیک شرکت همکاران سیستم قرار دارد. همکاران سیستم به عنوان بزرگ‌ترین شرکت نرم‌افزاری ایران، با ارائه راهکارهای نرم‌فزاری مبتنی بر ERP (برنامه‌ریزی منابع سازمان)، به دنبال کمک به شرکت‌های این حوزه برای نگهداری و تحلیل دقیق و به‌روز اطلاعات و استخراج بینش و اتخاذ تصمیم‌های دقیق بر اساس آن است.

با توجه به همکاری دوسویه بین همکاران سیستم و شرکت‌های برتر این حوزه؛ به منظور شناسایی چالش‌ها و تجربیات پیاده‌سازی ERP در حوزه شیرینی و شکلات، میزگردی با حضور خبرگان این صنعت برگزار شد. در این میزگرد از مدیران مؤثر حوزه مذکور، **آقایان رضایی، معاونت فناوری اطلاعات گروه توسعه تجارت رضوان (باراکا)، میراعلایی، مدیر فناوری اطلاعات شرکت ویتانا؛ حسنی، رئیس حسابداری شرکت گرجی؛ قاسمی، معاون فناوری اطلاعات گروه پاکنام** و **آقایان یحیایی، مدیر تیم خدمات پس از فروش؛ صمدزاده، مدیر ستاد فروش و اصلاح، مدیر صنعت غذایی و پخش** نیز از طرف شرکت همکاران سیستم حضور داشتند. در ادامه به مشروح این میزگرد می‌پردازیم:

سوالات را با ارزیابی صنعت شیرینی و شکلات و مولفه‌های تأثیرگذار بر آن آغاز می‌کنیم. لطفاً بفرمایید چه عواملی در سال‌های ۹۷ و ۹۸ روی روندهای شکل گرفته در این صنعت اثر داشته است؟

رضایی: اقتصاد کشور در سال گذشته وضعیت چالش برانگیزی را پشت سر گذاشته و در سال جاری نیز هم‌چنان با آن مواجه است. به تبع آن حوزه شیرینی و شکلات نیز دست‌خوش تصمیمات و اتفاقات سال ۹۷ بود. در شرایط فعلی، سود شرکت‌ها از محل خرید است، این امر به دلیل مشخص بودن قیمت محصولات تولید شده است. در این میان نیز هرگونه اصلاح یا افزایش قیمت، با مقاومت سازمان حمایت، ریسک از دست دادن مشتریان یا میدان رقابت همراه است. در وضعیت فعلی، تعیین دقیق بهای تمام‌شده خرید، نقطه سود شرکت‌ها است.

حسنی: الان شرایط تولید بسیار سخت است و تولیدکنندگان با شرایط عدم‌ثبات قیمت مواجهند. عدم ثبات قیمت در مواد اولیه باعث شده که تمرکز شرکت‌های تولیدی و به ویژه واحد مالی روی بحث بهای تمام‌شده بیشتر باشد.

قاسمی: شرکت گرجی مانند سایر شرکت‌های این صنعت با چالش افزایش قیمت مواد اولیه و محدودیت واردات مواجه شده است. در این میان چالش دیگری نیز در خصوص افزایش قیمت محصولات تولید شده وجود دارد.

میراعلایی: به هر حال، با اختلافات ارزی و تورمی که پیش آمد، قیمت مواد اولیه و به تبع آن قیمت فروش تحت تأثیر قرار گرفت. این امر اهمیت خرید و تدارکات را در شرکت‌های این حوزه بیشتر کرده است

شرکت‌های حوزه شیرینی و شکلات با تامین‌کنندگان زیادی در ارتباط هستند. بخشی از مواد اولیه به شکل وارداتی و بخشی در داخل تأمین می‌شود. از طرفی موضوعات انبارش مواد اولیه، تولید محصولات براساس برنامه‌ریزی‌های تولید، انبارش کالاها و توزیع و خرده‌فروشی در این حوزه وجود دارد. ویژگی‌های کلان شرکت‌های این حوزه به چه صورت است

رضایی: شرکت ما روش‌های مختلف پخش را تجربه کرد، در نهایت به این نتیجه رسید که یک شرکت پخش تأسیس کند. به منظور ایجاد صرفه اقتصادی توزیع محصولات، سبد محصولات را نیز کامل کرد. تفکیک بخش تولید و توزیع، مشکلاتی از قبیل عدم وجود آمار دقیق از تولید و موجودی انبار و ناهماهنگی و تعارض بین این دو حوزه ایجاد کرده بود.

حسنی: مجموعه هلدینگ پاکنام چند شرکت زیرمجموعه دارد که به‌صورت شخصیت حقوقی مجزا و در سطح کشور پراکنده شده‌اند. این هلدینگ در ۲۵ استان کشور سیستم توزیع دارد. نیاز به یکپارچگی داده‌ها در مجموعه زیاد است تا بخش‌های مختلف، هم‌زمان در جریان میزان تولید، فروش و موجودی انبار قرار بگیرند، بتوانند مواد اولیه موردنیاز را به‌موقع بخرند، دپوی کالاها در انبارها را مدیریت کنند و حتی سیستم فروش بتواند آلارم محصولی که راحت‌تر می‌تواند بفروشد را بدهد.

میراعلایی: حوزه شیرینی و شکلات مانند لبنیات، مشکل تاریخ مصرف ندارد، اما شاید کوتاه‌تر از مابقی حوزه‌های صنعت غذایی باشد. فصلی بودن هم مطرح است که کار را سخت کرده است. اما تک‌محصولی بودن آن مانند خیلی از صنایع دیگر باعث می‌شود که فعالیت در زمینه پخش مویرگی محدود شود. برای این منظور، برخی از تولیدکنندگان برای توزیع محصولات به دنبال همکاری با سایر شرکت‌ها هستند. حتی برخی از آن‌ها می‌خواهند تولیدشان را برون‌سپاری کنند

***با توجه به گستره زنجیره ارزش در صنعت شیرینی و شکلات، راهکارهای ERP به چه شکل می‌تواند به این حوزه کمک کند؟**

رضایی: قطعا هر شرکت دارای منابع که نیازمند برنامه‌ریزی است، به سیستمی مانند ERP نیاز دارد. به ویژه در حال حاضر که سازمان و شرکت‌های داخلی با محدودیت منابع مواجه هستند و نمی‌توانند از همه منابع استفاده کنند. امروزه تکنولوژی و تراکنش‌های صنایع به حدی پیشرفت کرده است که نمی‌توان موضوعاتی مثل بهای تمام‌شده را به صورت سنتی و با نرم‌افزار اکسل محاسبه کرد. نیاز به وجود اطلاعات آنلاین و دیتابیس یکپارچه در سازمان‌ها وجود دارد که چنین امکانی در ERP فراهم است. بنا به تجربه شرکت ما، با پیاده‌سازی این راهکارها، ضمن صرفه‌جویی در منابع، کار با سرعت بیشتری انجام می‌گیرد.

حسنی: پیش از این، شرایط به شکلی بود که شرکت‌ها بودجه سالانه داشتند و با یک برآورد، قیمت مواد اولیه و بهای تمام‌شده را محاسبه می‌کردند. اما در شرایط فعلی بی‌اغراق می‌توان گفت قیمت مواد اولیه لحظه‌ای تغییر می‌کند. این امر مستلزم آن است که سیستم بهای تمام‌شده بتواند درست عمل کرده و گزارش‌های جامعی بدهد. با توجه به یکپارچه‌سازی داده‌ها و فرآیندها و کنترل‌های موجود، محاسبه دقیق بهای تمام شده در ERP ها بسیار بالا است. با وجود گستردگی شرکت ما، ERP توانسته خرید و توزیع بهینه را بر اساس زمان مناسب به شرکت ما اطلاع‌رسانی کند.

قاسمی: هم‌اکنون ERP در سه شرکت از مجموع پنج شرکت هلدینگ پاکنام عملیاتی شده است. مغایرت در محاسبه دقیق بهای تمام شده در دو شرکتی که ERP ندارند، واضح است. هم‌چنین شرکت ما با استفاده از ERP و خرید بهینه و به هنگام مواداولیه موردنیاز، توانسته است موقعیتش را در فضای رقابتی بازار حفظ کند. در بخش فروش شرکت نیز راهکارهای ERP کمک بسزایی کرد و به تعبیری نقطه قوت شرکت ما است.

میراعلایی: به نظر من مهم‌ترین مزیت ERP برای شرکت‌های حوزه ما، «صرفه‌جویی در زمان» است. در حال حاضر هر چقدر سریع‌تر بدانیم چه زمانی و کجا در سود یا زیان هستیم و بر اساس آن، تصمیمات به موقع و دقیق بگیریم، شرکت در مسیر قوی یا ضعیف شدن پیش می‌رود.

****همکاران سیستم داعیه ارائه ERP را در ایران دارد. لطفاً از زاویه شرکت عرضه کننده ERP مقداری از مزایا و چرایی خرید ERP توسط شرکت‌های حوزه شیرینی و شکلات بفرمایید.**

صمدزاده: زنجیره ارزش صنعت غذایی و به‌ویژه شیرینی و شکلات، طولانی‌ترین و در برخی شرکت‌ها پیچیده‌ترین زنجیره ارزش را در بین صنایع مختلف کشور دارد. از تامین مواد اولیه گرفته تا تولید، فروش و توزیع و حتی مباحث خرده‌فروشی در این حوزه وجود دارد. همواره گفته می‌شود ERPها در دسترس‌ترین سیستم‌ها هستند، یعنی اطلاعات و سیستم‌ها طوری در دسترس مدیران، کاربران و ذی‌نفعان مجموعه قرار می‌گیرد که منافع سازمان را در جهت تصمیم‌گیری سریع‌تر، کنترل بهتر و برنامه‌ریزی دقیق‌تر مهیا می‌کند. از طرفی، ERP ها یکپارچگی اطلاعات را به همراه یکپارچگی فرآیندها برای سازمان‌ها به ارمغان می‌آورد؛ یعنی نه‌تنها ERP ها وظیفه یک بانک اطلاعاتی منسجم و کامل را برای یک شرکت ایجاد می‌کنند بلکه از طریق یکپارچگی فرآیندها، سهمی از فرآیندهای سازمان را در صورت کمبود موجودی، پیش‌بینی یا افزایش فروش در یک منطقه‌ی خاص یا یک محصول خاص را هوشمند می‌کنند.

یکی از شعارهای ERP ها این است که با آوردن تجربه برتر می‌توانند منجر به رشد و توسعه بیشتر سازمان‌ها شود. به این ترتیب، لزومی ندارد شرکت‌های یک صنعت یا حتی یک بخش همواره بخواهند از ابتدا کل فرایند را تجربه کنند. این ویژگی می‌تواند دستاوردهای شگرفی مانند افزایش بهره‌وری، به جریان انداختن سرمایه‌ای یا کاهش هزینه خواب سرمایه، افزایش چابکی سازمان در پیشبرد موضوعات را به ارمغان آورد.

اصلاح: شاید بزرگ‌ترین شرکت‌های پخش مربوط به حوزه صنعت غذایی و حوزه شیرینی و شکلات باشد چراکه به خاطر گستردگی این صنعت و تنوع محصولات و زمان مصرف محصولات، شرکت‌ها معمولاً با مقوله توزیع و انتخاب مدل بهینه چالش دارند. بررسی تجربه ۱۵ ساله من نشان می‌دهد شرکت‌های مختلف دائما این مدل‌های توزیع را تغییر می‌دهند. آنها درصددند محصول را به‌موقع، با کیفیت بالا و بهای تمام‌شده‌ی کمتر تولید کنند و بتوانند از سازوکار یک شرکت پخش و بزرگ یا یک شرکت پخشی که در گروه هلدینگشان است، استفاده کنند. وجود یک راهکار نرم‌افزاری ERP که بتواند به صورت یکپارچه حوزه‌های مختلف را پوشش داده و نیازمندی‌های ذینفعان این حوزه اعم از ویزیتورها، مدیران شرکت، مدیران پخش و ... را پوشش دهد، بسیار ضروری است.

**** مهم‌تر از تهیه لایسنس ERP برای شرکت‌ها، پیاده‌سازی موفق آن در شرکت‌های مشتریان است. شرکت همکاران سیستم چگونه مشتریانش را از پیاده‌سازی موفق این راهکارها مطمئن می‌کند؟**

یحیایی: همکاران سیستم به منظور اطمینان از موفقیت در پیاده‌سازی این راهکارها، سه فاز اصلی فروش، استقرار، پیاده‌سازی و آموزش و در نهایت پشتیبانی را تعریف کرده است. در فاز فروش، گزارش‌های فنی تضمین می‌کند، این محصول متناسب با نیازهای و مسائل مشتریان است یا خیر. در فاز استقرار و پیاده‌سازی ERPها، بهینه‌سازی فرآیندها، متناسب با نرم‌افزار پیشنهاد شده انجام می‌شود.

یک حلقه مهم دیگر در موفقیت این حوزه، بحث آموزش دقیق کاربرها است. اگر آموزش به کاربرها دقیق باشد و بتوانیم آموزش‌های خوبی به آنها بدهیم، در ادامه مهارت آنها در کار با سیستم بالا می‌رود و قاعدتا ارزش افزوده بیشتری را نمایان می‌سازد. همکاران سیستم یک مرکز آموزش دارد که به‌صورت تخصصی موضوعات آموزشی را پیش می‌برد و در زمان استقرار، کارشناسان را به‌صورت حضوری در محل مجموعه‌ی شرکت‌ها آموزش می‌دهد. همچنین با ارائه آموزش‌های الکترونیکی، تلاش می‌کند این آموزش‌ها را همواره در دسترس کاربران قرار دهد. این آموزش‌ها در همان بستر راهکاران، قابل دسترس کاربران است.

در نهایت نیز با مدل‌های مختلف پشتیبانی بر اساس نیاز مشتریان، امکان نگهداشت مطمئن سیستم‌ها را برای مشتریان دارد و این موضوع را در طی ۳۱ سال اخیر به صورت مرتب بهبود داده‌ایم.

**** تجربه شرکت شما در پیاده‌سازی ERP چگونه است؟ چه مسیری را پیش گرفتید که توانستید این راهکارها را با موفقیت پیاده‌سازی کنید؟**

رضایی: تغییر برای کاربران سخت است. از طرفی پیاده‌سازی ERP نیاز به بلوغ اولیه در سازمان دارد. ما در فرآیند استقرار سعی کردیم با آموزش‌هایی که گذاشتیم، فرآیندها را بازنگری کنیم تا کاربر متوجه شود که در سیستم جدید چقدر کارش راحت‌تر می‌شود و تغییر را بپذیرد.

قاسمی: مسئله اصلی بحث آماده‌سازی سازمان و فرهنگ‌سازی مدیران و کاربران است که بیشترین زمان را می‌برد. سازمان قطعا نیازی را احساس کرده و برای خرید سیستم‌های نرم‌افزاری تصمیم می‌گیرد. اما وقتی نیاز احساس می‌شود، فرهنگ‌سازی از سمت خود سازمان نادیده گرفته می‌شود. نیاز است شرکت ارائه دهنده ERP با همکاری با مدیران ارشد سازمان‌های مشتریان، مدیران پروژه موفق و برنامه پیاده‌سازی دقیق را تهیه کنند که ما با انجام این کار و آموزش‌های لازم در سطوح مختلف، توانستیم ERP را پیاده‌سازی کنیم.

میراعلایی: چالش اصلی پیاده‌سازی در سازمان مشتریان، بین مدیران IT و مالی وجود خواهد داشت. اگر شناخت افرادی

کـه می‌خواهنـد سیسـتم را پیاده‌سـازی کننـد، طولانی‌مـدت و زیربنایی‌تـر باشـد، راحت‌تـر می‌تـوان شـرکت را بـه تغییـر و پذیـرش نرم‌افـزار جدیـد متقاعـد کـرد. شـناخت دقیـق تمامـی نیازمندی‌هـا بـه مرحلـه شـناخت برمی‌گـردد. قبـل از پیاده‌سـازی بایـد یـک سـری پیش‌شـرط‌ها را بـا مدیـران ارشـد سـازمان مطـرح کـرد. یکـی از پیش‌شـرط‌هایی کـه بایـد تعییـن شـود، ایـن اسـت کـه فـردی بایـد مدیـر پـروژه ارشـد پیاده‌سـازی ERP شـود کـه هـم شـناخت کلـی نسـبت بـه همـه فرآیندهـای سـازمان داشـته باشـد و نیـز در هیـچ کـدام از بخش‌هـا هـم ذی‌نفـع نباشـد.

**** رویکـرد همـکاران سیسـتم بـه عنـوان ونـدور ERP نسـبت بـه ایـن مقاومت‌هـا چگونـه اسـت. اساسـا چـه کمکـی بـه سـازمان‌ها می-کنیـد؟**

یحیایـی: تجربـه نشـان داده در هـر پـروژه‌ای کـه ارتبـاط مـا بـا تیـم راهبـری آن مجموعـه نزدیک‌تـر بـوده، موفق‌تـر بوده‌ایـم و راحت‌تـر توانسـتیم موضوعـات را پیـش ببریـم. بـا توجـه بـه چالش‌هـای پیاده‌سـازی ERP نیـاز اسـت مدیـران و کارشناسـان شـرکت ارائه‌دهنـده ERP، ارتبـاط نزدیکـی بـا تیـم راهبـری سیسـتم‌ها داشـته باشـند. تجربـه نشـان می‌دهـد هـر شـرکتی، یکسـری موضوعـات خـاص و متناسب‌سـازی‌های خـاص خودشـان را دارنـد. نیـاز بـه ابزارهـای متناسب‌سـازی در ایـن حـوزه بسـیار کمک‌کننـده اسـت. البتـه شـایان ذکـر اسـت کـه پیاده‌سـازی ERP ها کار سـاده‌ای نیسـت و موضـوع «تغییـر»، مقاومـت کاربـران را بـه همـراه دارد.

****یکـی از بحث‌هـای موردتوجـه در پیاده‌سـازی ERP، چابکـی آن در برابـر تغییـرات محیطـی ماننـد قوانیـن مالـی و مالیاتـی و حتـی تغییـرات موردنظـر مدیـران ماننـد سیاسـت‌های فـروش، تخفیفـات و ... اسـت. همـکاران سیسـتم چگونـه بـه ایـن موضـوع کمـک می-کنـد؟**

صمـدزاده: بعـد از شـرایط اقتصـادی و محیطـی ایجـاد شـده، ارزش اطلاعـات بـرای حتـی مدیـران کسـب‌وکارها، بیـش از پیـش شـده اسـت. بـه عبـارت دیگـر، شـاید در سـال‌ها و سـنوات گذشـته شـرکت‌ها بـا پیش‌بینـی تخمینـی از بهـای تمام‌شـده یـا بودجـه خودشـان، قیمت‌هـای رقابتـی را در بـازار عرضـه می‌کردنـد و شرایط‌شـان را تـا انتهـای سـال پیـش می‌بردنـد. در شـرایط فعلـی، شـرکت‌ها بـه دنبـال محاسـبه ماهانـه و فصلـی بهـای تمام شده‌شـان هسـتند. ایـن موضـوع در فرآیندهـای سـازمان‌ها نیـز وجـود دارد. پیـش از ایـن وجـود مجموعـه‌ای از فرآیندهـای اسـتاندارد، ثابـت و از پیش‌تعیین‌شـده، موردنیـاز سـازمان بـود ولـی امـروزه احسـاس می‌کننـد کـه چابکـی سازمان‌شـان در گـرو تغییـر فرآیندهـا، همسـو بـا اسـتراتژی‌های سـازمان و تغییـر شـرایط محیطـی اسـت.

یکـی از ویژگی‌هـای ERP امـکان خـودکار کـردن فرایندهـا، سیسـتم‌ها، ثبـت اطلاعـات، ارتبـاط بیـن سیسـتم‌ها و غیـره فراهـم اسـت. در راهـکاران نیـز بـا ابـزار قدرتمنـد فرایـار توانسـته‌ایم مدیـران عملیاتـی را بـرای بهبـود و متناسب‌سـازی فرآیندهـا و عملیـات موردنظرشـان کمـک کنیـم و ایـن ابـزار به‌خوبـی توانسـته اسـت عـلاوه بـر هماهنگ‌سـازی فرآیندهـای سـازمان‌ها، آن‌هـا را متناسـب بـا نیازهـای سـازمان پیاده‌سـازی کنـد. در واقـع ویژگی‌هـای بهـای تمام‌شـده یـک کالای خـاص بـا وجـود موضـوع بازیافـت، محصـول مشـترک، نحـوه تامیـن کالاهـا و خدمـات مختلـف در فراینـد تولیـد محصـولات، کامـلا بـه نظـر مدیـران آن کسـب‌وکار بسـتگی دارد و در ایـن حـوزه نیـاز اسـت امکاناتـی را در اختیـاران کاربـران و شـرکت‌ها قـرار داد تـا بـا اسـتفاده از آن، ایـن نیازهـا را پوشـش دهنـد.

****رویکـرد و چشـم‌انداز همـکاران سیسـتم بـه صنعـت غذایـی و بـه ویـژه حـوزه شـیرینی و شـکلات چیسـت؟**

یحیایـی: همـکاران سیسـتم بـه دنبـال آن اسـت تـا بـا بهبـود تجربه‌هـای خـود در ایـن صنعـت، مجموعـه‌ای از تجـارب را در اختیـار مشـتریان ایـن حـوزه قـرار دهـد. مـا در حـوزه محصـولات و خدمـات بـه ایـن نتیجـه رسـیدیم کـه مشـارکت مشـتریان، صاحب‌نظـران، کاربـران کلیـدی یـا راهبـردی شـرکت‌ها در ایـن امـر ضـرورت دارد تـا بتوانیـم سـهمی از ایـن تجـارب را بـا مشـارکت مدیـران IT، راهبـران سیسـتم، متخصصـان حـوزه سیسـتم‌ها و روش‌هـای شـرکت‌ها پیـش ببریـم.

چشـم‌اندازی دیگـری کـه امـروزه بـه مرحلـه اجـرا رسـیده گسـترش مشـارکت همـکاران سیسـتم بـا مدیـران IT مجموعه‌هـا بـرای توسـعه نرم‌افـزار بـرای خـود شـرکت‌ها یـا بـرای سـایر مشـتریان اسـت کـه هم‌زمـان بـه نفـع همـکاران سیسـتم و مشـتریان اسـت.

PAMIN INDUSTRIAL GROUP

گـــروه صـــنایع غـــذایی پامـــین

Pamin
Food Industries

پودر زرده
تخم مرغ

پودر سفیده
تخم مرغ

پودر مخلوط
تخم مرغ

WWW.PAMIN-CO.IR

021-88211107

PARSAILINMEHR

"Delicious Food"

Epak

آبمیوه های اپک

AILINKAMFOODS

021-88211107

WWW.AILINKAM.COM

K.I.G

Karimi
Industrial
Group

گروه ماشین سازی
کریمی

- سازنده دستگاه های بسته بندی و دیپازیتور، خمیر و شکلات
- ساخت دستگاههای اینروبر شکلات و تونل‌های انجماد
- طراح و سازنده خنک‌کن بصورت دوار (اسپیرال)
  با اتاقک خنک‌کن چیلر جذبی
- اتوماسیون خطوط تولیدی صنایع غذایی
- انتقال خطوط تولید دستگاه‌آلات صنایع غذایی
- مشاوره و تنظیم فرمولاسیون
- نصب و راه‌اندازی

Karimi_machineri1

Karimi_machineri

دفتر: ۴۹۲۵ ۳۳۳۷ ۹۸۴۱+

همراه: ۷۰۷۲ ۴۰۰ ۹۱۴ ۹۸+

Cake & Cookie

Samin Nan Sahar

sahargroup.ir snsahar@sahargroup.ir

تولید کننده محصولات ویژه کارخانجات کیک و کلوچه

ژل کیک — نگهدارنده (SLE)

انواع کرم مغزی — انواع فیلینگ — بیکینگ پودر

تهران، خیابان شریعتی، بالاتر از پل صدر، پلاک ۱۷۰۹، طبقه۳، واحد۱۱ تلفن واحد فروش: ۲۲۲۱۱۱۵۷ ، ۳ - ۲۲۲۱۵۹۵۲

1709 Sahar Bldg, Shariati Str, Tehran, Iran. Tel.: +9821 22215952 - 3 / 22211157

هزینه‌ی تولیدتان را کاهش دهید

راهکاران همکاران سیستم،
برای کسب‌وکارهای حوزه‌ی شیرینی و شکلات

- بهبود دقت بهای تمام‌شده‌ی مواد اولیه و محصولات
- کاهش ضایعات و توقفات تولید
- کنترل دریافت به موقع مطالبات و وجوه نقد

systemgroup.net/rahkaran

تولید

هزینه

راهکاران
همکاران سیستم

Jel Jelleh
شرکت شهد طلائی مهر
تولیدکننده انواع پاستیل، پاستیل پکتینی
پودر نوشیدنی، پودر ژله، دراژه کاکائویی
M.Jafari:09128474163
www.jeljelleh.com

با بهترین، مرغوبترین و متنوع ترین اسانسهای خوراکی

لیان بین الملل درنیکا تجارت
توزیع کننده انحصاری در ایران
سهروردی شمالی، خیابان ابن یمین، پلاک ۸۳، طبقه ۱
تلفن: ۳-۸۸۵۳۰۲۸۲ فکس: ۸۸۷۴۰۳۰۸
lian.international_dt@yahoo.com lbdt.tradingco@gmail.com

دفتر مرکزی
DSGS FZCO
امارات متحده عربی - دبی
Tel : 009714 8861750
Fax : 009714 8861650
http://www.taste-maker.co.uk

Vanilla

استفاده از مواد اولیه با کیفیت برتر تضمین مرغوبیت کالای نهایی شماست

ما بهترین کیفیت وانیل را که دارای بالاترین ارزش افزوده غذایی
اقتصادی و مصرف است را به شما عرضه می کنیم

وانیل

تخصص ماست

تامین وانیل مصرفی خود را به ما بسپارید

وانیل خامه ای	وانیل ممتاز	وانیلینا	وانیل کره ای	وانیل غنی شده
MILKY & CREAMY	SUPER VANILLA	CRYSTAL	BUTTER CREAM	PURE & RICH

پودر وانیل قابل مصرف در صنایع شیرینی ، شکلات، بستنی،لبنیات و کلیه قنادی ها
در بسته بندی های ۵۰۰ گرمی و ۳۰ کیلوگرمی صنعتی

لیان بین الملل درنیکا تجارت
توزیع کننده انحصاری در ایران
سهروردی شمالی، خیابان ابن یمین، پلاک ۸۳، طبقه ۱
تلفن: ۳۰-۸۸۵۳۰۲۸۲ فکس: ۸۸۷۴۰۳۰۸
lian.international_dt@yahoo.com lbdt.tradingco@gmail.com

LIAN International DornicaTrading

دفتر مرکزی
DSGS FZCO
امارات متحده عربی - دبی
Tel : 009714 8861750
Fax : 009714 8861650
http://www.taste-maker.co.uk
TASTE MAKER