



Economic Publications: Special Issue

Special Issue: Economic, Financial, and Managerial

نشریه اقتصادی، ویژه نامه

پسگوت، شهرت و شکلات

شماره ۱ دوره جدید (۷۲)

شماره ۱ (تابستان) ۱۳۰۵

قیمت: ۳۰۰ هزار تومان



تلخی‌های صنعت شیرینی و شکلات پشت ویتترین مقاومت

هشدار جدی درباره از دست رفتن بازارهای صادراتی؛ کولبری و قاچاق، رقیب جدی اقتصاد

پیشران نوآوری در صنعت روغن‌های تخصصی

زندگینامه شادروان احمد صندوقچیان؛ مردی از جنس دانش، تولید و امانت‌داری

دانستنی‌های کاربردی جدید مالی و مالیاتی برای فعالان اقتصادی

چرخ این آسیاب برای تومی چرخد

کمپین تبلیغاتی که جایگاه آرد تخصصی را در صنعت شیرینی و شکلات بار تعریف می‌کند

آرد میلاد آسیابان کهن -

آرد میلاد آسیابان کهن



www.ardmilad.ir

ardmilad_

در صفحه ۱۲ بخوانید:

شرکت پارس کاک

وارد کننده انواع مواد اولیه شیرینی و شکلات
از کمپانیهای معتبر دنیا



انواع امولسیفایرها و بهبود دهنده ها 🍰
روغنهای مخصوص شکلات و فیلینگ 🍰
روغنهای مخصوص CBS ، CBE ، CBI 🍰
سوربیتول، گلیسرین، پروپیلن گلیکول 🍰
زایلیتول، مالتیتول و سوربیتول پودری 🍰
پودر کاکائو 🍰
لسیتین 🍰
ژلاتین 🍰

فکس: ۸۸۸۸۵۱۹۳

۰۹۳۵۳۰۶۶۱۷۰ 📞

تلفن: ۸۸۸۸۴۶۱۷

۸۸۸۸۴۹۷۱

www.parskak.com



به روز و مدرن برای آینده‌ای شیرین‌تر



دانش بنیان



خط تولید تمام اتوماتیک انواع کیک لایه ای، اسفنجی، مینی رول و سونیس رول

Fully automatic production line for various types of layer cakes, sponge cakes, mini rolls, and Swiss rolls

خط إنتاج أوتوماتيكي كامل لمختلف أنواع الكعك الطبقي والإسفنجي والميني رول والسويس رول



خط تولید تمام اتوماتیک انواع کلوچه و کوکی و بیسکویت مغردار

Fully automatic production line for various types of filled cookies, biscuits

خط إنتاج أوتوماتيكي كامل لمختلف أنواع الكعك المحشي والبسکویت والکوکیز



خط تولید کیک تمام اتوماتیک و نیمه اتوماتیک انواع کیک روغنی، کاپ کیک و بارکیک

Fully and semi-automatic production lines for various types of cupcakes and oil-based cakes

خطوط إنتاج أوتوماتيكية وشبه أوتوماتيكية لمختلف أنواع كب کیک والکعک الزيتي

تهران - خیابان فردوسی - خیابان جمشید ساختمان میرغفاری. تلفن : ۰۶۶۷۵۱۴۷۸-۶۶۷۶۲۱۸۹ (۰۲۱) ۰۹۱۲۶۳۴۴۳۱۱

کارخانه: تهران - جاده قدیم ساوه - شهرک صنعتی نصیر آباد. تلفن : ۰۶۶۳۹۴۰۶۶ (۰۲۱)



FOOD, PHARMA & COSMETIC ROW MATERIALS SUPPLIER

شرکت یاس سپیدوش، تامین کننده مواد اولیه غذایی، دارویی و آرایشی - بهداشتی



روغن‌های اسانسی

Stabilizers



رنگ‌های طبیعی

Natural colors



رنگ‌های مصنوعی

Synthetic colors



امولسیون‌ها

Emulsions



کافئین

Caffeine



روغن‌های گیاهی

Vegetable oils



هیدروکلوئیدها

Hydrocolloids



طعم‌دهنده‌ها



Flavors

ویتامین‌ها



Vitamins

نشاسته‌ها



Starches

پایدارکننده‌ها



Stabilizers

فرمول‌های ترکیبی



Compound formulas

آنتی اکسیدان‌ها



Antioxidants

پروتئین‌ها



Proteins

info@yassepidvash.com www.yassepidvash.com 021 281 111 08





ZARRIN TEJARAT ERFAN Co
شرکت زرین تجارت عرفان

مشاور و تامین کننده اسانس ها و طعم دهنده های صنایع غذایی
نماینده رسمی و انحصاری شرکت های معتبر بین المللی



Flavour House

بیش از 40 سال سابقه تولید و عرضه جهانی
بیش از 10 سال حضور موفق در صنایع غذایی ایران



تولید کننده
روغن جانشین کره کاکائو



BS EN ISO 9001:2015
Reg No. 30129618



Unit 11, No293, Farhang Building,
35th St., Assadabadi Ave., Tehran-Iran

www.zte.co.ir

Tel: +98 21 88 21 29 24
Fax: +98 21 88 21 29 24

طراوت افزا تهران

Taravat Afza Tehran



Flavours for the food industry

طعم‌دهنده‌ها، امولسیون و کامپاند



طعم‌دهنده‌های خوراکی



پودر کاکائو، کره کاکائو، کاکائو مس

Tel: (021) 88 41 25 72

Fax: (021) 88 41 26 48

Email: info@taravat-afza.com

Web: www.taravat-afza.com



Sorbon



پالایشگاه های غلات و دانه های روغنی گروه عازم

گلوکز، نشاسته، مالتودکسترین، گلوتن و روغن های خوراکی



0912 721 7610
031 - 46 46
www.azemgroup.com



About Us


تتهدینه
پالایشگاه فرآوری غلات
بر پایه گندم


گلتنه
پالایشگاه فرآوری غلات
بر پایه ذرت



تتهدارو

فراآورده‌های تزریقی و دارویی

به زودی بزرگترین تولید کننده دکستروز آنهیدروز و مونوهیدرات

با گرید حساس تزریقی ، دارویی و غذایی

Dextrose Monohydrate
Dextrose Anhydrous

Highest Purity Level

Used in IV Solutions

0912 721 7610
031 - 46 46

www.azemgroup.com



About Us

سایر محصولات گروه:

مالتودکستترین | نشاسته | گلوکز | گلوتن | روغن ذرت

Matrix

- براق کننده روکشی
- شکلات روکشی
- مغزی شکلاتی
- فیلینگ (مغزی)
- بیکینگ پودر
- پودر کیک
- ژل کیک
- سیروپ





ویفر | کیک لایه ای | کاپ کیک | شکلات | کلوچه | بیسکویت | والس

📷 BENISCOMPANY
🌐 WWW.BENIS.IR

بنیس نماد اصالت و کیفیت

بارمان تجارت پایدار

واردکننده مواد اولیه شیمیایی



گرید صنعتی

ادتا ۲ سدیم | ادتا ۴ سدیم

تولید چین

ادتا اسید (بدون سدیم)

تولید چین

پتاسیم هیدروکسید (KOH)

تولید چین و تولید کره

اسید استئاریک

تولید مالزی

کربنات پتاسیم

تولید کره



گرید خوراکی

تری پتاسیم سیترات

تولید چین

ژلاتین

تولید ترکیه

آسه سولفام

برند Vitasweet | تولید چین

آسپارتام

برند Vitasweet | تولید چین

سوکرالوز

برند Kanbo | تولید چین

آنتی اکسیدان (TBHQ)

برند Yasho | تولید هند

کافئین

برند Hebei | تولید چین

تری سدیم سیترات

برند TTCA | تولید چین

اسید سیتریک خشک و آبدار

برند TTCA | تولید چین

اسید فسفریک ۸۵٪

تولید چین

کربنات پتاسیم

تولید چین

باتوجه به گسترش سبد محصولات، جهت دریافت لیست با ما در ارتباط باشید.

۰۹۱۲ ۳۶۵ ۴۰۲۲ ☎ ۰۲۱-۴۴۶۲ ۷۵۸۰

www.btp.one

[btp.one](https://www.instagram.com/btp.one)

[btp_one](https://www.facebook.com/btp_one)

[btp-one](https://www.linkedin.com/company/btp-one)

Exclusive
Representative
TEQPOL



PTM

PARS TADBIR MISAQ

نماینده انحصاری شرکت TEQPOL ترکیه

TEQPOL 550 |
پیش براق کننده درازه های شکلاتی

TEQPOL 650IPA |
براق کننده اسمارتیز

TEQGUM 350 |
صمغ عربی

TEQPOL SLC35IPA |
شلاک مایع براق کننده انواع درازه

TEQPOL 1500 |
کارنوبواکس پودری

TEQPOL 9900 |
براق کننده پاستیل



شرکت صفا گستر شکلات ایرانیان

با سابقه بالای ۴۵ سال در تامین مواد اولیه و ماشین آلات صنایع غذایی
و نماینده شرکت olam deZaan در ایران



☎ ۰۲۱۸۸۷۸۶۸۵۲

☎ ۰۲۱۸۸۷۸۴۵۹۷

safatek.com

ارتباط مستقیم با شرکت olam dezaan
جهت ارتقا کیفیت فرمول دهی و نوآوری محصولات



Sairco
Where Flavor Becomes Legacy

**PURE ORIGINS.
BALANCED
EXPERIENCE.**

**WHOLE BEANS
MEDIUM DARK ROAST**



CRAFTED FOR THOSE
WHO TASTE THE DIFFERENCE.



60 % ARABICA

Nutty, smooth
& bright



40 % ROBUSTA

Body, crema
& strength

www.sairoochocolate.com
+ 98 (21) 22 55 78 21





تعهد، تعالی، نوآوری

پالایشگاه های غلات و دانه های روغنی گروه عازم

تولید کننده: نشاسته، گلوکز، مالتودکستترین،

گلوتن، روغن های خوراکی گیاهی



مدیر مسئول و سردبیر:

علی اکبر علیان نژادی

رئیس شورای سیاستگذاری:

محمد علی شریف

کارشناس تخصصی:

معصومه نیکدل، سیما فریدونی

مدیر فنی و هنری:

حمید رضامغازه

تحقیق و ترجمه:

مریم خان بیگی

شبکه های اجتماعی:

صبا علیان نژادی، فرزانه کسائیان

ویراستار:

محمد دربانی

طراحی گرافیک و صفحه آرایی:

فرزانه کسائیان

بازرگانی و تبلیغات:

سعید زحمت کش، سانیا مهرآور

آدرس دفتر نشریه:

تهران؛ خیابان بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه حافظی، پلاک ۱۸، واحد ۳

تلفن دفتر تحریریه و بازرگانی:

۸۸۵۲۶۷۶۵

۰۹۰۲۴۸۴۲۱۴۲

پست الکترونیکی:

Shahd_Mag@yahoo.com

صفحه اینستاگرام:

shahd_magazine

WWW.SHAHDNEWS.COM

حقوق قانونی مطالب منتشر شده شهد متعلق به نشریه بوده و هر گونه استفاده از آنها بدون ذکر منبع "نشریه شهد" پیگرد قانونی دارد.

نشریه شهد در ویرایش مطالب آزاد است



مهندس پرویز بیوک،
بنیان‌گذار گروه صنعتی شونیز

ضرورت گذار از موانع
داخلی به سوی
بازارهای جهانی

» ۱۹

شادروان احمد
صندوقچیان؛
مردی از جنس دانش،
تولید و امانت‌داری
در صنعت شیرینی و
شکلات



» ۲۰



محمد رضا فخرالدینی، مالک و
مدیر عامل ویتانا:

هشدار نسبت به
تبعیض و شکل‌گیری
رانت

» ۲۴



خانم سخت باز
مدیر عامل شرکت سورین

جهش بزرگ برند
«سورین» در صنعت
شکلات منطقه

» ۲۶

رضا جعفری، رئیس انجمن
صنایع غذایی آذربایجان شرقی:
پایان جنگ، آغاز یک
انتخاب مدیریتی؛
چرا مدل تسهیل‌گری
باید بماند؟



» ۲۲



علی اکبر علیان نژادی
مدیر مسئول و سردبیر

بازتعریف نقشه تجاری در روزهای تلاطم؛ راهبردهای خروج از انفعال و خلق فرصت در صنعت شیرینی و شکلات

واقعیت‌های حاکم بر اقتصاد کشور و تلاطم‌های ژئوپلیتیک منطقه‌ای نشان می‌دهد که صنعت بیسکویت، شیرینی و شکلات در یکی از حساس‌ترین برهه‌های تاریخی خود به سر می‌برد. شرایطی که از آن با عنوان «نه جنگ، نه صلح» یاد می‌شود، محیط کسب و کار را با عدم قطعیت‌های جدی، انقباض نقدینگی و افزایش بهای تمام‌شده ناشی از جهش نرخ ارز و نهاده‌ها مواجه کرده است. هرچند تداوم فعالیت خطوط تولید و حفظ ظرفیت‌های موجود بیانگر انعطاف‌پذیری و مسئولیت‌پذیری فعالان این بخش در قبال بازار مصرف و اشتغال است، اما تکیه بر سازوکارهای سنتی در شرایط بحرانی دیگر پاسخگوی مقتضیات روز نیست. بقا و توسعه این صنعت ارزآور مستلزم عبور از خوش‌بینی‌های کاذب، واقع‌نگری در برابر تنگناها و بازتعریف جسورانه ساختار تجاری با مشارکت مستقیم بخش خصوصی است. برای تبدیل این برهه پرچالش به بستری برای گشایش و خلق ارزش، تمرکز بر چند محور راهبردی و عملیاتی ضرورت دارد:

۱. بازآرایی جغرافیای صادرات و تنوع‌بخشی به مقاصد هدف:

ایجاد محدودیت‌های تجاری و بانکی در برخی بازارهای سنتی منطقه نظیر حاشیه خلیج فارس، یک هشدار صریح برای لزوم تنوع‌بخشی به سید مقاصد صادراتی است. در چنین فضایی، تمرکز هوشمندانه بر بازارهای بکر و مستعد کشورهای مستقل مشترک‌المنافع (CIS)، حوزه آسیای میانه، شرق آسیا و تعمیق سهم بازار در کشورهایی چون عراق، یک انتخاب نیست؛ بلکه یک الزام حیاتی است. این بازآرایی نیازمند شناخت دقیق از استانداردهای مصرف در این کشورها و استفاده حداکثری از مزیت کیفیت برتر و خطوط تولید مدرن ایرانی در برابر رقبای منطقه‌ای است.

۲. تحول در الگوهای لجستیک و مدیریت هزینه‌های سربار:

یکی از عمده‌ترین گلوگاه‌های صادراتی در شرایط ناپایداری منطقه‌ای، انسداد و افزایش ریسک مسیرهای سنتی حمل و نقل است. برای حفظ جریان صادرات، بخش خصوصی و نهادهای حاکمیتی باید به سمت پیاده‌سازی الگوهای لجستیک ترکیبی (ریلی، دریایی و جاده‌ای)، توسعه ناوگان مجهز و ایجاد انبارهای منطقه‌ای در کشورهای هدف گام بردارند تا هزینه‌های سنگین حمل و نقل، مزیت قیمتی کالای ایرانی را از میان نبرد.

۳. مقررات‌زدایی، تسهیل تعهدات ارزی و عبور از فرآیندهای بازدارنده:

در شرایطی که حدود ۶۰ تا ۷۰ درصد مواد اولیه این صنعت وابسته به واردات است، پیچیدگی فرآیندهای بوروکراتیک در تخصیص ارز و ثبت سفارش، بزرگ‌ترین ضربه را به زنجیره تأمین وارد می‌سازد. در این راستا، بازنگری در ساختار سهمیه‌بندی‌ها، تسهیل شیوه‌های رفع تعهد ارزی متناسب با واقعیت‌های مراودات مالی تحریمی و حرکت به سمت آزادسازی نرخ مواد اولیه همگام با حذف نظارت‌های پلیسی و دست‌وپاگیر، چابکی از دست رفته را به فعالان اقتصادی بازمی‌گرداند.

۴. ارتقای جایگاه تشکلات از «مجری» به «شریک تصمیم‌ساز»:

تجربه تعاملات اخیر -از جمله اصلاح موفق برخی استانداردهای فنی مانند پودر کاکائو- ثابت کرد هرگاه بدنه تصمیم‌گیری کشور به کارشناسی بخش خصوصی اعتماد کند، تصمیمات با کمترین هزینه اجرایی می‌شوند. در شرایط بحرانی، سیاست‌گذار نباید در پشت درهای بسته تصمیم‌گیری کند؛ حضور تشکلات تخصصی در کانون سیاست‌گذاری ارزی، تجاری و گمرکی، ضامن تطبیق دستورالعمل‌ها با واقعیت‌های میدانی بنگاه‌ها خواهد بود.

نمایشگاه‌های تخصصی و رویدادهای پیش‌رو باید از قالب نمایش صرف فراتر رفته و به اتاق فکری برای هم‌اندیشی حاکمیت و بخش خصوصی، ارزیابی راهکارهای نوین مالی و معرفی ظرفیت‌های متمایز تولید ملی تبدیل شوند. بحران کنونی با تمامی سختی‌هایش می‌تواند نقطه عطفی برای اصلاح رویه‌های ناکارآمد پیشین و بازتعریف اقتدار صادراتی صنعت شیرینی و شکلات در منطقه باشد؛ مشروط بر آنکه رویکرد «حمایت بوروکراتیک» جای خود را به «تسهیل‌گری واقعی و اعتماد به بخش خصوصی» بدهد.

یادداشتی از مهندس پرویز بیوک، بنیان‌گذار گروه صنعتی شونیز



تحلیل ساختاری و چشم‌انداز توسعه صنعت شیرینی و شکلات؛ ضرورت گذار از موانع داخلی به سوی بازارهای جهانی

که سیاست‌گذاران ارزی باید به آن پاسخ دهند.

چهارم: گذار به سمت محصولات سلامت‌محور و استانداردهای نوین تغییر سبک زندگی و افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان در سراسر جهان، تقاضا برای محصولات سلامت‌محور را به شدت افزایش داده است. صنعت شیرینی و شکلات ایران برای حفظ بقای خود در بازارهای بین‌المللی باید به سمت تولید محصولات رژیمی، بدون قند، غنی شده و استفاده از مواد اولیه ارگانیک حرکت کند. شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در حوزه بیوتکنولوژی و تولیدکنندگان مواد پایه‌ای نظیر نشاسته‌های فوق تصفیه و گلوتن، نقشی تعیین‌کننده در این زنجیره دارند. انطباق فرمولاسیون محصولات با استانداردهای بهداشتی روز دنیا و ذائقه بازارهای هدف، کلید ورود به بازارهای جدید فرامنطقه‌ای است.

پنجم: دیپلماسی تجاری و فتح بازارهای صادراتی جدید بازارهای سنتی ما در کشورهای همسایه مانند عراق، افغانستان و کشورهای حوزه خلیج فارس، اگرچه ارزشمند هستند، اما ظرفیت محدودی دارند و به شدت تحت تأثیر تحولات سیاسی منطقه قرار می‌گیرند. ما نیازمند تنوع‌بخشی به مقاصد صادراتی و نفوذ به بازارهای بزرگ آسیای میانه، آفریقا و اروپای شرقی هستیم. تحقق این امر فراتر از توان تک‌تک بنگاه‌های اقتصادی است و نیازمند یک دیپلماسی تجاری فعال از سوی دولت، برقراری تعرفه‌های ترجیحی، و تسهیل قوانین گمرکی و لجستیکی است. حضور مستمر در زنجیره تأمین جهانی، مستلزم آن است که برندهای ایرانی به عنوان شرکایی پایدار، باکیفیت و متعهد در جهان شناخته شوند.

ششم: همدلی و اتحاد تشکلهای صنفی با اتکا به تجربه و انگیزه‌ها یکی از مهم‌ترین نیازهای امروز صنعت، شکل‌گیری همدلی و اتحاد واقعی میان تشکلهای صنفی و صنعتی است؛ اتحادی که بر پایه تجربه‌های انباشته فعالان قدیمی، انگیزه‌های نسل جدید و هدف مشترک برای حفظ و توسعه تولید ملی استوار باشد. در شرایطی که صنعت با چالش‌هایی مانند نوسانات اقتصادی، فشارهای تأمین مواد اولیه، رقابت فشرده و محدودیت‌های زیرساختی روبه‌روست، پراکندگی و تصمیم‌گیری‌های جزیره‌ای تنها مسیر رشد را دشوارتر می‌کند. در مقابل، هم‌افزایی میان اتحادیه‌ها، انجمن‌ها و واحدهای تولیدی می‌تواند به شکل‌گیری یک صدای واحد در برابر سیاست‌گذاران، تسهیل تبادل تجربه، تقویت زنجیره تأمین و افزایش قدرت چانه‌زنی در بازار منجر شود. آینده صنعت در گرو همین پیوند خرد جمعی، اعتماد متقابل و حرکت منسجم تشکلهاست.

صنعت شیرینی و شکلات کشور ثابت کرده است که در سخت‌ترین شرایط تحریمی نیز قادر به کارآفرینی، ارزآوری و اشتغال‌زایی است. این صنعت ویرترین خوش‌نامی صنعت و کالای ایرانی در بازارهای بین‌المللی است. بقا و بالندگی این بخش، در گرو درک این واقعیت است که تولیدکننده داخلی نیاز به حمایت‌های گلخانه‌ای ندارد؛ بلکه خواستار رفع موانع خودساخته داخلی، ثبات در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی و فراهم شدن بستری عادلانه برای رقابت در بازارهای جهانی است. آینده اقتصاد ایران بدون شک در دستان تولید صادرات‌محور و بخش خصوصی واقعی است.

در ابتدا باید بگویم به نظر من صدور صنعت شیرینی و شکلات ایران در دهه‌های اخیر، فراتر از یک بخش تولیدی سنتی، به عنوان یکی از پویاترین و موفق‌ترین صنایع غذایی کشور و پیشران صادرات غیرنفتی مطرح بوده است.

این بخش از صنعت با اتکا به سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و بدون وابستگی جدی به درآمدهای دولتی، توانسته است بازارهای منطقه را فتح کند و کیفیت کالای ایرانی را به رخ رقبای منطقه‌ای بکشد. با این حال، حفظ این جایگاه و توسعه آن در فضای کنونی اقتصاد کلان، نیازمند کالبدشکافی دقیق چالش‌ها و بازنگری در سیاست‌های حمایتی و تولیدی است. به عنوان کسی که دهه‌ها در این مسیر گام برداشته‌ام، معتقدم عبور از چالش‌های پیش‌رو مستلزم تمرکز بر چند محور کلیدی است.

اول: ضرورت توسعه زنجیره ارزش و بومی‌سازی تجهیزات صنعتی وابستگی صنایع غذایی به ماشین‌آلات خارجی، همواره یکی از نقاط آسیب‌پذیر تولید در دوران تحریم و نوسانات ارزی بوده است. در سال‌های اخیر، دشواری‌های تخصیص ارز و واردات قطعات یدکی، خطوط تولید بسیاری از کارخانجات را با کندی مواجه کرده است. راهکار اساسی برای برون‌رفت از این وضعیت، تقویت زنجیره ارزش داخلی و حمایت از بومی‌سازی ماشین‌آلات تخصصی است. ورود شرکت‌های فنی و مهندسی داخلی به حوزه طراحی و ساخت دستگاه‌های چاپ، بسته‌بندی، و تجهیزات خطوط تولید، نه تنها هزینه‌های سرمایه‌گذاری اولیه را کاهش می‌دهد، بلکه تاب‌آوری صنعت را در برابر تکانه‌های خارجی افزایش می‌دهد. صنعت شیرینی و شکلات زمانی به پایداری کامل می‌رسد که سخت‌افزار صنعتی آن نیز در داخل کشور ریشه داشته باشد.

دوم: مدیریت خردمندانه صدور مجوزها و جلوگیری از اشباع بازار یکی از چالش‌های ساختاری در فضای کسب‌وکار ایران، صدور بی‌رویه مجوزهای تولید بدون توجه به نیاز واقعی بازار و ظرفیت صادراتی کشور است. حضور تعداد زیادی از واحدهای کوچک و موازی در یک حوزه خاص، منجر به هدررفت منابع مالی، رقابت‌های منفی قیمتی و در نهایت کاهش کیفیت محصولات می‌شود. نهادهای متولی و تشکلهای صنفی باید با همکاری یکدیگر، مکانیسمی را طراحی کنند که صدور مجوزهای جدید مبتنی بر آمایش سرزمینی، پتانسیل‌های صادراتی و ارزیابی توان رقابتی متقاضیان باشد. دولت باید از نقش تصدی‌گری و مداخله در قیمت‌گذاری دستوری فاصله گرفته و تمرکز خود را بر بهبود فضای کسب‌وکار و تسهیل قوانین تجاری بگذارد.

سوم: ثبات سیاست‌های ارزی و تأمین مواد اولیه صنعت شیرینی و شکلات به شدت به تأمین به‌موقع و باکیفیت مواد اولیه وابسته است. نوسانات مداوم نرخ ارز و بروکراسی‌های پیچیده ثبت سفارش برای مواد کلیدی نظیر روغن‌های تخصصی، کاکائو، اسانس‌ها و افزودنی‌ها، توان برنامه‌ریزی بلندمدت را از تولیدکننده سلب می‌کند. بی‌ثباتی در قیمت مواد اولیه، مستقیماً قیمت تمام‌شده محصول نهایی را افزایش داده و توان رقابت ما را در بازارهای صادراتی در مقایسه با رقبای منطقه‌ای مانند ترکیه به شدت کاهش می‌دهد. ایجاد کانال‌های سبز و تسهیل شده برای تأمین مواد پایه صنایع غذایی، حیاتی‌ترین نیازی است

زندگینامه پیشگام توسعه دانش فنی شکلات در ایران

شادروان احمد صندوقچیان؛ مردی از جنس دانش، تولید و امانت‌داری در صنعت شیرینی و شکلات

شادروان حاج احمد صندوقچیان، از چهره‌های باسابقه، اثرگذار و خوش‌نام صنعت شیرینی و شکلات ایران، پس از سال‌ها فعالیت حرفه‌ای در حوزه تولید، آموزش، کنترل کیفیت، تحقیق و توسعه و مشاوره صنعتی، در روز ۱۹ تیرماه ۱۴۰۵ در تهران چشم از جهان فرو بست.

نام او برای بسیاری از فعالان قدیمی صنعت شیرینی و شکلات، با مفاهیمی چون تخصص، صداقت، امانت‌داری، انتقال دانش و دلسوزی برای توسعه صنعت ایران گره خورده است. مردی که بخش قابل توجهی از عمر خود را صرف یادگیری، بومی‌سازی فناوری‌های تولید شکلات و تربیت و راهنمایی نسل‌های بعدی فعالان این صنعت کرد.

تولد در خانواده‌ای مردمی و آغاز زندگی در بازار

احمد صندوقچیان در دوم اسفندماه سال ۱۳۲۰، در خانواده‌ای ساده، مردمی و پر تلاش در شهر تبریز دیده به جهان گشود. او از سن ۹ سالگی به تهران مهاجرت کرد و از نوجوانی، در فضای پرجنب و جوش بازار تهران با کار، مسئولیت‌پذیری و اصول تجارت آشنا شد.

وی از حدود ۱۵ سالگی در بازار تهران و در کنار یکی از بستگان آیت‌الله میلانی فعالیت خود را آغاز کرد و مسئولیت‌هایی از جمله پیگیری و وصول برات را بر عهده داشت. همین تجربه‌های اولیه، پایه‌گذار شخصیت حرفه‌ای او در زمینه نظم، دقت، خوش‌حسابی و تعهد شد؛ ویژگی‌هایی که تا پایان عمر در رفتار و فعالیت‌های اقتصادی و صنعتی او نمایان بود.

علاقه به یادگیری؛ از بازار تا آموزش زبان انگلیسی

یکی از خاطرات قابل توجه زندگی مرحوم صندوقچیان، به سفری کاری برای وصول مطالبات در مسیر آمل بازمی‌گردد. در یکی از توقف‌های این مسیر، او با گردشگران خارجی روبه‌رو شد و با آنان به زبان انگلیسی گفت‌وگو کرد. همراهانش از تسلط نسبی او به زبان انگلیسی شگفت‌زده شدند.

با وجود علاقه فراوان به تکمیل دانش زبان، اشتغال در بازار تهران فرصت زیادی برای ادامه تحصیل در اختیار او قرار نمی‌داد. اما با حمایت و نگاه روشن آیت‌الله میلانی، مسیر آموزش برای او هموار شد. نقل است که صاحب هجره (آقای میلانی) با تأکید بر اهمیت دانش‌آموزی، حتی مسئولیت حضور در محل کار را در زمان آموزش او پذیرفتند تا وی بتواند تحصیل زبان انگلیسی را ادامه دهد.

او در ادامه در آموزشگاه شکوه ثبت‌نام کرد و زیر نظر دکتر شکوه، دانش زبان انگلیسی خود را به صورت جدی ارتقا داد؛ مهارتی که بعدها در ارتباط با شرکت‌ها و متخصصان بین‌المللی صنعت شیرینی و شکلات، نقشی تعیین‌کننده ایفا کرد.



شادروان حاج احمد صندوقچیان در میان همکاران، صنعتگران و فعالان حوزه شیرینی و شکلات، به چهره‌های خنده‌رو، خوش‌قول، صادق، امین و دلسوز شناخته می‌شد

ورود به مجموعه مینو و آغاز مسیر تخصصی در صنعت شکلات

مرحوم احمد صندوقچیان در ادامه زندگی حرفه‌ای خود، به‌طور اتفاقی با مرحوم حاج علی خسروشاهی آشنا شد. پس از استعلام و تأیید شخصیت و توانمندی‌های وی، زمینه ورود او به مجموعه بزرگ مینو فراهم شد.

او از سال ۱۳۴۳، ابتدا به‌عنوان مترجم برای یکی از دوستان خود در مجموعه مینو مشغول به کار شد؛ اما علاقه، پشتکار و استعداد او به سرعت مسیر شغلی‌اش را تغییر داد. صندوقچیان در کنار فعالیت‌های روزمره، با انگیزه‌های جدی به یادگیری فرایندهای فنی تولید شکلات، آدامس و پاستیل پرداخت و به تدریج به یکی از نیروهای متخصص و صاحب‌نظر این صنعت تبدیل شد.

آموزش‌های بین‌المللی و نقش در تولید کیت‌کت

در فاصله سال‌های ۱۳۵۵ تا ۱۳۵۷، مرحوم صندوقچیان برای گذراندن دوره‌های تخصصی صنعت شکلات به آلمان اعزام شد. او در این دوره‌ها، دانش فنی خود را در حوزه تولید، فرمولاسیون، کیفیت و تجهیزات شکلات‌سازی گسترش داد.

به‌واسطه علاقه، استعداد و تسلط علمی و فنی، وی به‌عنوان نماینده علمی شرکت بین‌المللی رونتری مکینتاش (Rowntree Mackintosh) شناخته شد؛ شرکتی که محصول کیت‌کت تحت لیسانس آن در مجموعه مینو تولید می‌شد. حضور او در این جایگاه، زمینه انتقال بخشی از دانش و استانداردهای روز تولید شکلات جهان به صنعت ایران را فراهم کرد.

از «کیت‌کت» تا «تک‌تک»؛ نمونه‌ای از بومی‌سازی در صنعت ایران

پس از پیروزی انقلاب اسلامی و تغییر شرایط ارتباطی ایران با برخی شرکت‌های بین‌المللی، همکاری‌های خارجی در حوزه تولید کیت‌کت متوقف شد. با این حال، دانش، تجربه و نقش مؤثر مرحوم صندوقچیان در شناخت فرایندهای تولید و الزامات کیفی این محصول، به تداوم مسیر تولید داخلی کمک کرد.

در ادامه، محصولی با نام «تک‌تک» و با ساختاری مشابه، در داخل کشور تولید شد؛ محصولی که قالب آن با دشواری فراوان در ایران ساخته شد و همچنان نیز در چرخه تولید قرار دارد. این تجربه، یکی از نمونه‌های مهم بومی‌سازی دانش فنی در صنعت شیرینی و شکلات کشور به شمار می‌رود.

دلبسته تحقیق و توسعه و کنترل کیفیت

شادروان صندوقچیان بیش از هر چیز، به تولید اصولی، تحقیق و توسعه (R&D) و کنترل کیفیت علاقه‌مند بود. بسیاری از فعالان صنعت شیرینی و شکلات، او را از چهره‌های اثرگذار و پیشگام این حوزه می‌دانند و معتقدند ردپای دانش، تجربه و آموزش‌های او در بخش‌های مختلف شکلات‌سازی ایران قابل

مشاهده است.

او در ارزیابی مواد اولیه، از جمله پودر کاکائو، کره کاکائو، جانشین‌های کره کاکائو و دیگر مواد تخصصی صنعت شکلات، دیدگاهی علمی، دقیق و مبتنی بر کیفیت داشت. حتی پس از بازنشستگی نیز نمونه‌های مواد اولیه و محصولات را بررسی می‌کرد و با دقت نظر تخصصی خود، به تولیدکنندگان و فعالان این صنعت مشاوره می‌داد.

دوران مشاوره؛ استمرار خدمت به صنعت

مرحوم احمد صندوقچیان در سال ۱۳۷۴ بازنشسته شد، اما بازنشستگی برای او به معنای پایان فعالیت نبود. وی در سال‌های پس از آن، به‌عنوان مشاور با مجموعه‌های مختلفی از جمله مینو، شیرین‌عسل، کیوان و دیگر شرکت‌های فعال صنعت شیرینی و شکلات همکاری داشت.

وی در مشاوره‌های خود، همواره مصلحت صنعت و کیفیت محصول را بر منافع شخصی یا اقتصادی ترجیح می‌داد. بسیاری از همکاران و فعالان این حوزه، از او به‌عنوان فردی یاد می‌کنند که حتی اگر توصیه تخصصی‌اش با منافع مالی خود یا مجموعه تحت مدیریتش در تعارض بود، با صداقت کامل آنچه را به سود صنعت و تولیدکننده می‌دانست بیان می‌کرد.

تأسیس شرکت آروین تجارت صندوقچیان

در سال ۱۳۸۲، شرکت آروین تجارت صندوقچیان تأسیس شد و فرزندانشان (محمود صندوقچیان) مدیریت اجرایی و بازرگانی این مجموعه را بر عهده گرفت. این شرکت فعالیت خود را در حوزه تأمین و فروش مواد اولیه ماشین‌آلات صنایع غذایی، به‌ویژه قالب‌ها، تجهیزات و دستگاه‌های مرتبط با تولید شکلات، توسعه داد.

تجربه گسترده مرحوم صندوقچیان در تولید و شناخت دقیق نیازهای واحدهای صنعتی، پشتوانه ارزشمندی برای فعالیت این مجموعه بود و موجب شد شرکت بازرگانی صندوقچیان با شمار زیادی از فعالان و شرکت‌های صنعت غذا همکاری داشته باشد.

میراث یک چهره خوش‌نام

شادروان حاج احمد صندوقچیان در میان همکاران، صنعتگران و فعالان حوزه شیرینی و شکلات، به چهره‌ای خنده‌رو، خوش‌قول، صادق، امین و دلسوز شناخته می‌شد. او نه تنها دانش فنی خود را در اختیار صنعت قرار داد، بلکه منش حرفه‌ای و اخلاقی‌اش نیز برای اطرافیان، الگویی ماندگار بود.

بی‌تردید، فقدان چنین شخصیت‌هایی برای صنعت غذای کشور سنگین است؛ اما دانش، تجربه، منش اخلاقی و اثرگذاری او در مسیر رشد صنعت شیرینی و شکلات ایران، در یادها و در ساختار این صنعت باقی خواهد ماند.

روحش در آرامش ابدی و یاد و مرامش همواره جاویدان

رضا جعفری،
عضو هیئت رئیسه اتاق بازرگانی تبریز
و رئیس انجمن صنایع غذایی آذربایجان شرقی



پایان جنگ، آغاز یک انتخاب مدیریتی؛ چرا مدل تسهیل‌گری باید بماند؟

نشان داد که بخش خصوصی ایران، اگر درگیر موانع زائد نشود، توان مدیریت شرایط سخت را دارد. صنعتی که از بحران کرونا، تحریم‌های مالی و بانکی، محدودیت‌های ارزی و سپس شرایط جنگی عبور کرده، ثابت کرده است که ظرفیت بقا، سازگاری و حتی رشد را در خود دارد. این ظرفیت، سرمایه‌ای راهبردی برای اقتصاد کشور است. به‌ویژه در استانی مانند آذربایجان شرقی که به‌عنوان یکی از قطب‌های مهم صنایع غذایی، به‌خصوص در حوزه بیکری، شیرینی و شکلات شناخته می‌شود، زیرساخت تولید، مزیت جغرافیایی، دسترسی به بازارهای منطقه و نیروی انسانی سخت‌کوش، یک مزیت ترکیبی کم‌نظیر ایجاد کرده است.

در همین چارچوب، مسئله صادرات اهمیت دوچندان پیدا می‌کند. جعفری به درستی بر این نکته تأکید دارد که در **پیرامون ایران بازاری نزدیک به یک میلیارد نفر وجود دارد**؛ از کشورهای همسایه بزرگ تا بازارهای منطقه‌ای متنوعی که می‌توانند مقصد محصولات غذایی ایرانی باشند. کیفیت و طعم محصولات غذایی ایران، در بسیاری از حوزه‌ها مزیت رقابتی دارد. اما بهره‌برداری از این مزیت، بدون اصلاحات مدیریتی و کاهش موانع تجاری، ممکن نیست. در دوران جنگ، واردات کالاهای اساسی و ملزومات بسته‌بندی با وجود دشواری‌ها تا حد زیادی مدیریت شد، اما صادرات به دلیل مشکلات حمل‌ونقل و محدودیت‌های ناپوری با آسیب مواجه شد. این تجربه نشان می‌دهد که توسعه صادرات فقط به کیفیت محصول وابسته نیست؛ به زیرساخت لجستیک، روابط تجاری پایدار، تصمیم‌گیری سریع و حمایت عملی از صادرکننده نیز نیاز دارد.

نکته قابل توجه دیگر، **پایداری اشتغال** در این صنعت است. در شرایطی که بسیاری از بخش‌های اقتصادی در زمان بحران با کاهش فعالیت و تعدیل نیرو روبه‌رو می‌شوند، حفظ اشتغال در واحدهای صنایع غذایی آذربایجان شرقی اهمیت ویژه دارد. این موضوع فقط یک شاخص اقتصادی نیست؛ نشانه‌ای از مسئولیت‌پذیری اجتماعی تولیدکنندگان نیز هست. حتی در شرایطی که برخی مشتریان عمده، مانند مدارس یا شرکت‌های هواپیمایی، فعالیت کمتری داشتند، تلاش شد تولید متوقف نشود و نیروی انسانی از چرخه کار خارج نگردد. این سطح از تعهد، باید در سیاست‌گذاری عمومی دیده و تقویت شود.

در نهایت، مهم‌ترین پیام این تجربه روشن است: مردم ایران شایسته بهترین‌ها هستند؛ **غذای باکیفیت، قیمت مناسب و دسترسی پایدار**. تحقق این حق، فقط با فشار بر تولیدکننده یا صدور بخشنامه‌های بیشتر ممکن نمی‌شود. راه درست، تقویت همان مدلی است که در بحران جواب داد: دولت تسهیل‌گر، مدیریت غیرمتمرکز، اعتماد به استان‌ها، کاهش بروکراسی و حمایت واقعی از بخش خصوصی. صنعت غذا در دوران جنگ نشان داد که می‌تواند ستون امنیت غذایی کشور باشد. اکنون نوبت سیاست‌گذار است که نشان دهد آیا این درس مهم را فهمیده است یا نه.

اگر قرار است آینده ایران از گذشته‌اش بهتر باشد، این بهبود از مسیر حفظ تجربه‌های موفق می‌گذرد، نه فراموش کردن آنها. دوران جنگ تمام شده، اما ضرورت تداوم مدل تسهیل‌گری تازه آغاز شده است. این، یک انتخاب صرفاً اداری نیست؛ انتخابی است میان اقتصاد کند و متمرکز، یا اقتصادی که با اعتماد به تولیدکننده و مدیر محلی، سریع‌تر، کارآمدتر و مردمی‌تر عمل می‌کند. صنعت غذا پاسخ خود را در میدان داده است؛ اکنون نوبت دولت است که پاسخ سیاستی مناسب بدهد.

پایان هر دوره بحرانی، فقط پایان فشارها نیست؛ آغاز یک آزمون مهم‌تر هم هست: اینکه آیا نظام تصمیم‌گیری از تجربه‌های موفق بحران درس می‌گیرد یا دوباره به عادت‌های کند، متمرکز و پرهزینه پیشین بازمی‌گردد. آنچه در ماه‌های سخت جنگ در صنعت غذای ایران رخ داد، از همین منظر اهمیت دارد. این صنعت در شرایطی که کشور با محدودیت‌های لجستیکی، فشارهای ارزی، دشواری تأمین مواد اولیه و نگرانی‌های عمومی روبه‌رو بود، توانست یکی از اساسی‌ترین مطالبات جامعه یعنی تداوم امنیت غذایی را حفظ کند. خالی نماندن قفسه فروشگاه‌ها در آن روزهای پرتلاش، یک اتفاق ساده یا تصادفی نبود؛ حاصل یک هم‌افزایی کم‌سابقه میان تولیدکنندگان، شبکه توزیع و دولت در قالب مدلی بود که بر دو پایه «تسهیل‌گری» و «عدم تمرکز» استوار شد.

رضا جعفری، عضو هیئت رئیسه اتاق بازرگانی تبریز و رئیس انجمن صنایع غذایی آذربایجان شرقی، به درستی **صنعت غذا را قهرمان گمنام جبهه اقتصادی** توصیف می‌کند. قهرمانی این صنعت نه در شعار، بلکه در عمل خود را نشان داد؛ آنجا که کارخانه‌ها خاموش نشدند، خطوط تولید متوقف نماندند، مواد اولیه به هر شکل ممکن تأمین شد و شبکه پخش اجازه نداد اضطراب عمومی به کمبود واقعی کالا تبدیل شود. در چنین شرایطی، صنعت غذا فقط یک بخش اقتصادی نبود؛ بخشی از سازوکار حفظ آرامش اجتماعی و ثبات روانی جامعه بود. وقتی مردم در فروشگاه‌ها با قفسه‌های پر مواجه می‌شوند، اعتماد عمومی به تاب‌آوری کشور نیز حفظ می‌شود. به همین دلیل، باید عملکرد این صنعت را فراتر از یک موفقیت صنفی دید؛ این یک دستاورد ملی در مدیریت بحران بود.

نکته مهم‌تر اما در دل همین تجربه نهفته است: چه عاملی باعث شد این تاب‌آوری عملیاتی شود؟ پاسخ را باید در نوع مداخله دولت جست‌وجو کرد. برخلاف بسیاری از دوره‌ها که بروکراسی اداری خود به مانعی برای تولید تبدیل می‌شود، در دوران جنگ دو رویکرد مؤثر در دستور کار قرار گرفت: نخست، تسهیل‌گری در تصمیم‌گیری و دوم، تفویض اختیار به سطوح استانی. همین تغییر ظاهراً ساده، در عمل گره‌های مهمی را باز کرد. وقتی استانداران و مدیران استانی اختیار بیشتری برای حل مسائل فوری پیدا کردند، فرایند ورود مواد اولیه، اقلام بسته‌بندی و ترخیص کالا با سرعت بیشتری پیش رفت. تصمیم‌گیری به میدان واقعی تولید نزدیک شد و فاصله میان مسئله و راه‌حل کاهش یافت. این همان نقطه‌ای است که باید از آن به‌عنوان یک درس مدیریتی ماندگار یاد کرد.

واقعیت این است که **اقتصاد ایران، به‌ویژه در بخش تولید، بیش از هر چیز از کندی تصمیم‌گیری، تمرکز بیش از حد و بروکراسی فرساینده آسیب می‌بیند**. تجربه جنگ نشان داد هر جا اختیار به سطوح محلی و مدیران نزدیک به صحنه واگذار شد، کارها بهتر پیش رفت. استان‌های مرزی توانستند متناسب با شرایط خود، سریع‌تر برای تأمین نیازهای واحدهای تولیدی اقدام کنند. این مدل نه تنها زمان را ذخیره کرد، بلکه هزینه توقف تولید را نیز کاهش داد. اگر در دوره بحران چنین رویکردی جواب داده، منطقی نیست که در دوره پساجنگ کنار گذاشته شود. بازگشت به «تنظیمات کارخانه» پیش از جنگ، یعنی بازگشت به همان سازوکارهایی که تولیدکننده را در صف مجوز، ترخیص، ثبت و مکاتبه فرسوده می‌کند. از سوی دیگر، کارنامه صنعت غذا در این دوره

کولبری و قاچاق، رقیب جدی اقتصاد، صنعت و سلامت

علی اشرافی: متأسفانه بله. تجربه تلخ ما در افغانستان را فراموش نکنیم. همان بازاری که روزی از آن ما بود و از دست دادیم. امروز در افغانستان کارخانه‌های فعال اند که خیلی‌ها بشن حتم، از کارخانه‌های

مطالبه فعالان صنعت غذا برای بازنگری در قیمت گذاری گندم؛



هشدار نسبت به تبعیض و شکل گیری رانت

محمد رضا فخرالدینی
مدیر عامل ویتانا

وی افزود که احترام به جایگاه و نقش تولیدکنندگان صنعت ماکارونی محفوظ است، اما در عین حال سیاست گذاری در حوزه مواد اولیه باید به گونه ای باشد که سایر بخش های تولیدی نیز احساس تبعیض نداشته باشند و امکان فعالیت در یک فضای رقابتی عادلانه برای همه فراهم شود.

درخواست برای شکل گیری کمپین مطالبه گری قانونی

این فعال صنعت شیرینی و شکلات همچنین از همه فعالان صنفی، تولیدکنندگان و مسئولان ذی ربط خواست برای اصلاح این رویه، یک کمپین مطالبه گری قانونی و مؤثر شکل گیرد تا موضوع با نگاه کارشناسی مورد بررسی قرار گیرد.

به اعتقاد وی، بازنگری در نحوه تخصیص و قیمت گذاری گندم برای بخش های مختلف صنعت غذا، می تواند از بروز رانت و فساد احتمالی جلوگیری کرده و زمینه را برای تصمیم گیری های عادلانه تر در سطح سیاست گذاری فراهم سازد.

ضرورت بازنگری در سیاست گذاری مواد اولیه

کارشناسان بر این باورند که هرگونه تفاوت معنادار در دسترسی به نهاده های اساسی، اگر بدون توجیه روشن و سازوکار شفاف باشد، می تواند آثار گسترده ای بر ساختار هزینه تولید، قیمت تمام شده محصولات و رقابت پذیری بنگاه ها بر جای بگذارد.

در چنین شرایطی، بازنگری در سیاست های تخصیصی و حرکت به سمت شفاف سازی فرآیندها، می تواند به کاهش حاشیه های موجود و افزایش اعتماد میان فعالان صنعت غذا کمک کند.

عدالت در سیاست گذاری به نفع کل زنجیره غذاست

فخرالدینی در پایان تأکید کرد که عدالت در سیاست گذاری نه تنها به نفع تولیدکنندگان، بلکه به سود مصرف کنندگان و اقتصاد کشور نیز خواهد بود.

به گفته او، هر تصمیمی که بتواند شفافیت را افزایش دهد و از شکل گیری تبعیض در تأمین مواد اولیه جلوگیری کند، در نهایت به پایداری بیشتر تولید و سلامت فضای اقتصادی کشور منجر خواهد شد.

یکی از فعالان صنعت شیرینی و شکلات با انتقاد از اختلاف قابل توجه قیمت گندم اختصاص یافته به تولید ماکارونی در مقایسه با سایر مصارف، خواستار بازنگری در این رویه و ایجاد عدالت، شفافیت و برابری در تخصیص مواد اولیه در زنجیره صنایع غذایی شد.

موضوع تفاوت قیمت گندم تخصیصی به بخش های مختلف صنعت غذا، بار دیگر به یکی از محورهای مطالبه گری فعالان این حوزه تبدیل شده است؛ مسئله ای که به اعتقاد برخی تولیدکنندگان، می تواند تبعیضی فراتر از یک اختلاف قیمتی ساده داشته باشد و به بروز نابرابری، رانت و اختلال در رقابت سالم میان بخش های مختلف تولید منجر شود.

در همین ارتباط، آقای فخرالدینی، فعال صنعت شیرینی و شکلات، با اشاره به فاصله چشمگیر قیمت گندم اختصاص یافته به تولید ماکارونی با سایر مصارف، تأکید کرد که این تفاوت نباید مورد بی توجهی قرار گیرد.

کیک و بیسکویت نیز جزو اقلام پر مصرف خانوارها هستند

وی با بیان اینکه امروز محصولات نظیر کیک، بیسکویت و بسیاری از فرآورده های آردی نیز در زمره اقلام پر مصرف و اساسی سبد غذایی خانوارها قرار دارند، اظهار کرد؛ وجود چنین فاصله قیمتی در تأمین مواد اولیه، ضمن ایجاد تبعیض میان بخش های مختلف صنعت غذا، می تواند زمینه ساز سوء استفاده در زنجیره تأمین و تولید شود.

به گفته این فعال صنعت غذا، زمانی که بخشی از تولیدکنندگان به مواد اولیه با نرخ متفاوت دسترسی داشته باشند، امکان شکل گیری مزیت های غیر رقابتی و برهم خوردن تعادل بازار افزایش می یابد؛ موضوعی که در نهایت می تواند هم به تولیدکننده و هم به مصرف کننده آسیب وارد کند.

مطالبه برای عدالت، نه تقابل با یک صنعت

فخرالدینی در ادامه با تأکید بر اینکه این مطالبه به معنای تقابل با تولیدکنندگان صنعت ماکارونی نیست، تصریح کرد: هدف اصلی، ایجاد عدالت، شفافیت و برابری در تخصیص مواد اولیه است و نه ایجاد اختلاف میان صنایع مختلف غذایی.



بازنگری در سیاست‌های تأمین گندم و یارانه؛

ضرورت حمایت متوازن از زنجیره صنایع غذایی

چالش‌های سهمیه‌بندی و توزیع مواد اولیه

ابراهیم پور در ادامه با اشاره به تجربه فعالان این صنعت تصریح کرد که در صورت تخصیص یارانه یا سهمیه به بخش‌های مشخصی از تولید، لازم است سازوکار توزیع آن به صورت روشن، شفاف و قابل ارزیابی تعریف شود. به گفته وی، اگر معیارهای سهمیه‌بندی به طور دقیق مشخص نباشد، ممکن است برخی واحدها دسترسی بیشتری پیدا کنند و برخی دیگر با محدودیت روبه‌رو شوند؛ مسئله‌ای که در نهایت می‌تواند بر تعادل تولید و رقابت سالم در بازار اثر بگذارد.

وی تأکید کرد که هدف اصلی سیاست‌های حمایتی باید ایجاد آرامش در بازار، پایداری تولید و صیانت از حقوق مصرف‌کننده باشد، نه آنکه فعالان یک زنجیره با ابهام بیشتری در تأمین مواد اولیه روبه‌رو شوند.

حمایت مؤثر از مصرف‌کننده در انتهای زنجیره

مدیر عامل شرکت میلاد آذربایجان در بخش دیگری از این گفت‌وگو با اشاره به ضرورت اصلاح روش‌های حمایتی گفت: اگر هدف از پرداخت یارانه، حمایت از مصرف‌کننده نهایی است، این حمایت می‌تواند در انتهای زنجیره و به شکلی مستقیم‌تر انجام شود تا هم شفافیت بیشتری ایجاد شود و هم از بروز مشکلات ناشی از چنددرجی بودن جلوگیری شود.

به گفته وی، تجربه برخی سیاست‌های مشابه در سایر حوزه‌ها نیز نشان داده است که هرچه مسیر حمایت‌ها شفاف‌تر و نزدیک‌تر به مصرف‌کننده نهایی باشد، امکان مدیریت بهتر منابع، کاهش انحرافات احتمالی و تقویت رقابت سالم در بازار بیشتر خواهد بود.

ضرورت تصمیم‌گیری با رویکرد کارشناسی

این فعال صنعت آرد در پایان خاطرنشان کرد که صنعت غذا، به‌ویژه در بخش‌های مرتبط با آرد و گندم، نیازمند تصمیم‌هایی مبتنی بر واقعیت‌های میدانی و تجربه فعالان اقتصادی است. وی ابراز امیدواری کرد که در ادامه، سیاست‌گذاران با بهره‌گیری از نظرات کارشناسی و در نظر گرفتن منافع کلیت زنجیره صنایع غذایی، سازوکارهایی را انتخاب کنند که هم به پایداری تولید کمک کند و هم منافع مصرف‌کننده و تولیدکننده را به صورت هم‌زمان تأمین کند.

هم‌زمان با طرح برخی دیدگاه‌ها درباره نحوه تأمین گندم صنف و صنعت و شیوه تخصیص یارانه در زنجیره تولید، فعالان این حوزه بر لزوم بازنگری در سیاست‌ها با نگاهی جامع، متعادل و مبتنی بر حفظ رقابت سالم در صنایع غذایی تأکید دارند.

در ماه‌های اخیر موضوع تأمین گندم صنف و صنعت و همچنین نحوه تخصیص یارانه به برخی بخش‌های تولید، به یکی از محورهای مهم گفت‌وگو در میان فعالان صنایع غذایی تبدیل شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که تصمیم‌گیری در این حوزه، به دلیل اثرگذاری مستقیم بر زنجیره تأمین، تولید، قیمت‌گذاری و رقابت میان واحدهای مختلف، نیازمند دقت، زمان‌بندی مناسب و توجه هم‌زمان به منافع همه حلقه‌های بازار است.

در همین زمینه، حافظ ابراهیم پور، مدیر عامل شرکت میلاد آذربایجان، با اشاره به شرایط موجود، بر این باور است که هرگونه تغییر در روند تأمین گندم صنف و صنعت، به‌ویژه در مقاطع حساس زمانی، می‌تواند برنامه‌ریزی واحدهای تولیدی و کارخانجات آردسازی را با چالش مواجه کند. به گفته وی، تصمیم‌های ناگهانی در پایان فصل خرید، معمولاً موجب افزایش ابهام در روند تأمین مواد اولیه و شکل‌گیری سردرگمی در بخش تولید می‌شود.

لزوم نگاه جامع به زنجیره تأمین

وی با تأکید بر اینکه صنایع غذایی به صورت زنجیره‌ای به یکدیگر متصل هستند، اظهار کرد: هر تصمیم در حوزه گندم، آرد و یارانه، تنها محدود به یک بخش خاص نمی‌شود و آثار آن می‌تواند در سایر بخش‌های تولیدی نیز نمایان شود. از این رو، لازم است سیاست‌گذاری‌ها به گونه‌ای انجام شود که تعادل بازار حفظ شده و واحدهای مختلف، اعم از کوچک و بزرگ، بتوانند در فضایی رقابتی و شفاف فعالیت کنند.

این فعال صنعت آرد معتقد است مهم‌ترین نکته در سیاست‌گذاری اقتصادی، جلوگیری از شکل‌گیری تفاوت‌های غیر ضروری در قیمت و دسترسی به مواد اولیه است؛ زیرا هر جا چندگانگی در قیمت‌ها ایجاد شود، احتمال بروز نابرابری و اختلال در سازوکار بازار نیز افزایش پیدا می‌کند.



دکتر طاهره سخت باز "مدیرعامل شرکت سوربن"

جهش بزرگ برند «سوربن» در صنعت شکلات منطقه؛ احداث مگا پروژه ۲۵ هزار متری با ظرفیت روزانه ۱۰۰ تن و هدف گذاری صادرات به ۲۵ کشور جهان

پروژه جدید خود را در زمینی به مساحت ۲۵ هزار متر مربع و زیربنایی بالغ بر ۲۰ هزار متر مربع در مجاورت کارخانه فعلی در استان البرز آغاز کرد.

این پروژه عظیم صنعتی با پیش بینی ظرفیت خیره کننده ۱۰۰ تن در روز که به ظرفیت ۲۰۰ تنی فعلی افزوده می شود، علاوه بر ارتقای خطوط کلاسیک، تمرکز ویژه ای بر دسته بندی استراتژیک «محصولات قنادی سلامت محور» تکنولوژی های نوآورانه نظیر میوه های فریزد (Freeze-Dried) و خطوط پیشرفته مینی کن و درازه دارد؛ پروژه ای که با هدف نفوذ گسترده به بازارهای ۲۵ کشور منطقه (CIS)) و حوزه خلیج فارس (GCC) و اشتغال زایی گسترده برای نخبگان و جوانان کشور طراحی شده است.

تحول در پرتفوی سوربن؛ از خلق طعم های خاطره انگیز تا تسخیر بازارهای سلامت محور

بازار جهانی و منطقه ای شکلات در سال های اخیر شاهد تغییر بنیادین در ترجیحات مصرف کنندگان بوده است. نسل امروز فراتر از یک محصول تفننی، به دنبال ارزش تغذیه ای به عنوان بخشی از غذای روزانه و تجربه های حسی منحصر به فرد است. توسعه جدید برند سوربن با هدف پاسخ به این نیاز بازار و خلق سبد محصولی کامل (Full Portfolio) برنامه ریزی شده است.

مهم ترین دسته بندی های خطوط تولیدی جدید سوربن عبارت اند از:

بازار جهانی و منطقه ای شکلات در سال های اخیر شاهد تغییر بنیادین در ترجیحات مصرف کنندگان بوده است. نسل امروز فراتر از یک محصول تفننی، به دنبال ارزش تغذیه ای به عنوان بخشی از غذای روزانه و تجربه های حسی منحصر به فرد است. توسعه جدید برند سوربن با هدف پاسخ به این نیاز بازار و خلق سبد محصولی کامل (Full Portfolio) برنامه ریزی شده است.

مهم ترین دسته بندی های خطوط تولیدی جدید سوربن عبارت است از:

- ۱- انواع بارها: شامل: بار غلات، بار میوه ای، نات بار، پروتئین بار علاوه بر انواع بارهای شکلاتی
- ۲- انواع محصولات درازه نوآورانه همراه با ارزش غذایی بالا
- ۳- انواع اسنک های ساده و شکلاتی



برند نام آشنا و پیشرو «سوربن» (Sorbon) که همواره نمادی از نوآوری در فرم، ذوق در طراحی و کیفیت ممتاز در صنعت شیرینی و شکلات کشور بوده است، گام استراتژیک جدیدی را در مسیر توسعه همه جانبه خود برداشت. این مجموعه با تکیه بر تجربه موفق خطوط تولیدی فعال و با هدف تکمیل جامع پرتفوی محصولی و پاسخگویی به تقاضای مدرن بازارهای داخلی و بین المللی، عملیات اجرایی مگا

Sorbon



اشتغال زایی پایدار و تقویت اکوسیستم تولید ملی

احداث فاز جدید در مجاورت کارخانه فعلی سوربن، ضمن ایجاد هم افزایی بی نظیر لجستیکی و مدیریتی، نقشی محوری در حوزه مسئولیت اجتماعی و رونق اقتصادی ایفا خواهد کرد:

۱. اشتغال زایی مستقیم و غیر مستقیم گسترده: جذب صدها

نیروی کارشناسی شامل مهندسان صنایع غذایی، طراحان صنعتی، اپراتورهای ماشین آلات پیشرفته، کارشناسان کنترل کیفی و لجستیک، در کنار فعال سازی شبکه ای بزرگ از زنجیره های تأمین مواد اولیه، چاپ، کارتن سازی و ترانزیت بین المللی.

۲. ارزش آوری غیر نفتی: ورود روزانه ۱۰۰ تن ظرفیت به چرخه تولید، سهم درآمدهای ارزی پایدار را جهش داده و تراز بازرگانی بخش خصوصی را در بازارهای صادراتی تقویت می کند.

۳. هم افزایی کارخانه ای: بهره گیری از زیرساخت های مادر موجود در کارخانه فعلی، سرعت دسترسی به دانش فنی و بهینه سازی هزینه های سربار را به بالاترین سطح ممکن رسانده است.

چشم انداز؛ شکلات با استاندارد جهانی، امضای سوربن

ترکیب هنر شکلات سازی، فناوری پیشرفته بارلاینها، تکنولوژی فریزدرای و درک عمیق از بازار، افق روشن پیش روی برند «سوربن» گشوده است. آغاز ساخت فاز جدید ۲۵ هزار متری، تلاشی هدفمند برای درخشش بیش از پیش نام ایران در صنعت بین المللی شیرینی و شکلات است.

سوربن با تکمیل پورتفوی محصولات خود در کنار خطوط فعال موجود، این پیام را مخابره می کند که کیفیت ناب و نوآوری بی وقفه، مرز نمی شناسد؛ و به زودی محصولات جدید این مجموعه در ویتترین های ۲۵ کشور جهان، روایتی نواز تمایز و طعم اصیل ایرانی خواهند ساخت.

اطلاعات تماس و ارتباط با واحد توسعه بازار و صادرات سوربن:

• دفتر مرکزی و مدیریت فروش بین الملل:

۹۸۹۱۲۳۴۸۷۹۷۲

• واحد امور مشتریان و زنجیره های توزیع:

hr.habibi@solico-group.ir

• وبسایت رسمی:

www.sorbonsweet.com

۴-انواع میوه ها و سبزیجات فریزداری شده

۵-انواع محصولات شکلات قالب گیری و ده ها سبد محصولات خلاق و نوآورانه

مشخصات مهندسی و زیر ساخت؛ ۲۰ هزار متر مربع مهندسی صنعتی پیشرفته

پروژه جدید سوربن در زمینی به وسعت ۲۵ هزار متر مربع پایه گذاری شده و شامل ۲۰ هزار متر مربع زیربنای تخصصی است که با دقیق ترین استانداردهای بین المللی مدیریت ایمنی و کیفیت مواد غذایی طراحی شده است:

۲۰ طبقه سالن های تولید استریل (Clean Rooms): تفکیک دقیق بخش های فرمولاسیون، فرآوری مغزی ها، خطوط فرم دهی و بارلاینها، سیستم های خنک کننده پیوسته، و سالن های بسته بندی پرسرعت برای حفظ حداکثری بهداشت و جلوگیری از تداخل جریان هوا (Cross Contamination).

۴ طبقه ساختمان اداری و R&D متمرکز: شامل آزمایشگاه های مرجع آنالیز حسی، پیلوت پلنت های تست سریع فرمولاسیون، دفاتر توسعه بازار، مدیریت زنجیره تأمین و دپارتمان بازرگانی بین الملل.

• ظرفیت تولید ۱۰۰ تن در روز: این حجم از تولید، سوربن را به یکی از غول های تأمین کننده شکلات و بارلاینها در خاورمیانه تبدیل کرده و ثبات زنجیره تأمین در قراردادهای کلان صادراتی را تضمین می نماید.

فتح بازارهای جدید نظیر کشورهای آفریقایی، چین و حفظ توسعه بازارهای CIS, GCC و عراق؛ استراتژی سوربن در ۲۵ کشور هدف

هدف بنیادین این مگا پروژه، نگاهی فراتر از مرزهای کشور و تثبیت نام «سوربن» به عنوان برندی معتبر در عرصه جهانی است. زیرساخت جدید بر پایه پوشش استانداردها و الزامات موارد زیر برنامه ریزی شده است:

- ورود به بازار چین
- ورود به کشورهای آفریقایی
- توسعه فروش در حوزه CIS و عمق بخشیدن به سبد محصولات



احسان بایرامی آذر
نایب رئیس تعاونی صنایع بیسکوویت، شیرینی و شکلات ایران

تاثیر افزایش قیمت گندم صنایع بر محصولات نهایی

افزایش ۶۰ درصدی قیمت شیرینی و شکلات در راه است

نحوه تخصیص و قیمت گندم میان صنایع غذایی و تخصیص سوبسید به صنعت ماکارونی نیز مطرح است. برخی شرکت‌های فعال در صنعت ماکارونی، هم‌زمان کارخانه‌های تولید کیک نیز دارند و از گندم با قیمت پایین‌تر در تولید محصولات خود استفاده می‌کنند و همین موضوع موجب ایجاد نابرابری در شرایط رقابتی می‌شود.

کاهش ۴۰ درصدی تقاضا در بازار داخلی

نایب رئیس تعاونی صنایع بیسکوویت، شیرینی و شکلات ایران تصریح کرد: افزایش قیمت مصرف‌کننده به‌طور طبیعی بر میزان خرید در بازار اثر می‌گذارد. در شرایط فعلی قدرت خرید خانوارها نسبت به سال گذشته بسیار کاهش یافته و میزان کاهش تقاضا در بازار داخلی حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد بوده است. البته باید توجه داشت که در فصل مدارس نیستیم و در صورت بازگشایی مدارس، شرایط تقاضا می‌تواند متفاوت باشد.

شرایط جنگی و وضعیت منطقه موجب شده بسیاری از بازارهای صادراتی از دست برود و با کاهش ۵۰ درصدی صادرات مواجه شویم. بایرامی آذر اضافه کرد: در کنار مشکلات بازار داخلی، بخش صادرات نیز با چالش جدی مواجه شده است. شرایط جنگی و وضعیت منطقه موجب شده بسیاری از بازارهای صادراتی از دست برود و با کاهش ۵۰ درصدی صادرات مواجه شویم. کشورهای حوزه خلیج فارس، شمال آفریقا، شرق آسیا نیز عمده مقاصد صادراتی محصولات ما بودند.

وی گفت: به دلیل شرایط موجود در خلیج فارس، کشتی‌ها از ایران بازگیری نمی‌کنند و در نتیجه صادرات دریایی طی پنج ماه اخیر به‌طور کامل متوقف شده است. در حال حاضر، صادرات به کشورهایی که مرز زمینی با ایران دارند از جمله عراق، افغانستان، پاکستان، ترکمنستان و آذربایجان، همچنان ادامه دارد.

نایب رئیس تعاونی صنایع بیسکوویت، شیرینی و شکلات ایران در پایان تاکید کرد: افزایش هزینه‌های تولید و افت تقاضای داخلی در کنار کاهش صادرات، در نهایت بر میزان تولید تاثیر می‌گذارد و تولیدکنندگان را به اجرای سیاست‌های انقباضی و تعدیل نیرو سوق می‌دهد.

احسان بایرامی آذر، نایب رئیس تعاونی صنایع بیسکوویت، شیرینی و شکلات ایران با اشاره به افزایش قیمت گندم صنایع از احتمال افزایش ۵۰ تا ۶۰ درصدی قیمت نهایی محصولات این صنعت خبر داد.

بر اساس مصوبه هیات وزیران، قیمت گندم صنایع تغییر کرده است و از ۲۳ هزار و ۸۵۰ تومان به ۵۳ هزار تومان برای هر کیلوگرم رسیده است. طبق این مصوبه، تولیدکنندگان بیسکوویت، کیک، شیرینی، کلوچه و رشته باید گندم مورد نیاز خود را با قیمت جدید خریداری کنند که طبیعتاً تاثیر قابل توجهی بر قیمت نهایی محصولات خواهد شد.

از سوی دیگر دولت یک تخفیف سه ماهه برای نان‌های آزادپز، نان‌های حجیم و نیمه حجیم و صنعت ماکارونی قائل شده است و به این گروه برای مدت سه ماه گندم با نرخ قبلی ۲۳ هزار و ۸۵۰ تومان اختصاص می‌یابد.

برآوردها نشان می‌دهد قیمت محصولات صنعت شیرینی و شکلات ممکن است حدود ۵۰ تا ۶۰ درصد افزایش پیدا کند.

در همین زمینه احسان بایرامی آذر، نایب رئیس تعاونی صنایع بیسکوویت، شیرینی و شکلات ایران گفت: افزایش قیمت گندم یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش‌روی صنعت شیرینی و شکلات است و با توجه به رشد هزینه مواد اولیه، افزایش دو برابری قیمت محصولات این صنعت اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. برآوردها نشان می‌دهد قیمت محصولات صنعت شیرینی و شکلات ممکن است حدود ۵۰ تا ۶۰ درصد افزایش پیدا کند.

برخی شرکت‌های فعال در صنعت ماکارونی، هم‌زمان کارخانه‌های تولید کیک نیز دارند و از گندم با قیمت پایین‌تر در تولید محصولات خود استفاده می‌کنند.

بایرامی آذر گفت: در کنار افزایش قیمت مواد اولیه، موضوع تفاوت در

آرتا فیدار کیا؛ هم افزایی تجربه و تعهد در مسیر تأمین پایدار صنایع غذایی

اصغر کرمی،
مدیر عامل آرتا فیدار کیا



کاهش ۳۰ تا ۳۵ درصدی قیمت کالاهای کلیدی نظیر روغن شور تینگ، سویا، گلیسرین و سوربیتول بودیم. این آمار نشان می‌دهد که اعتماد به بخش خصوصی و تسهیل واردات، چگونه می‌تواند بازار را به تعادل برساند.»

وجه تمایز آرتا فیدار کیا تنها در عرضه محصول خلاصه نمی‌شود؛ این مجموعه با درک عمیق از نیازهای فنی کارخانه‌داران، راهکارهای نوینی برای بهبود کیفیت نهایی محصولات ارائه می‌دهد. نگاه کرمی به بازار، یک نگاه رقابتی و شفاف است؛ او معتقد است چنانچه فضای کسب و کار به سمت آزادسازی واقعی حرکت کند، قیمت‌ها به نرخ‌های جهانی نزدیک شده و بازارهای کاذب حذف خواهند شد.

شرکت آرتا فیدار کیا با نگاه ویژه به تبریز، قطب اصلی صنعت شیرینی و شکلات ایران، خود را برای ایفای نقشی کلیدی تر در این منطقه آماده کرده است. چشم‌انداز این مجموعه تبدیل شدن به انتخاب نخست کارخانه‌داران ایرانی است که به دنبال ثبات، کیفیت و شفافیت در تأمین مواد اولیه هستند.

در نهایت، حضور آرتا فیدار کیا در بازار امروز، نه فقط به معنای توزیع کالا، بلکه نمادی از عزم بخش خصوصی برای حفظ امنیت غذایی و بقای اشتغال در کشور است. تولیدکنندگانی که به دنبال شریکی مطمئن برای عبور از طوفان‌های اقتصادی هستند، آرتا فیدار کیا را نه یک فروشنده، که همراهی در خط مقدم جبهه اقتصادی می‌بایند.

در شرایطی که صنعت غذای کشور تحت فشار نوسانات ارزی و چالش‌های لجستیکی قرار دارد، تداوم تولید به یک نبرد تمام‌عیار برای فعالان این حوزه تبدیل شده است. در این میان، شرکت «آرتا فیدار کیا» با اتخاذ استراتژی‌های هوشمندانه و تکیه بر دانش تخصصی، نه تنها خود را به عنوان یک تأمین‌کننده، بلکه به عنوان یک «شریک راهبردی» در کنار تولیدکنندگان تثبیت کرده است.

شرکت آرتا فیدار کیا که فعالیت خود را از سال ۱۴۰۰ آغاز کرده است، با تمرکز بر واردات مواد اولیه تخصصی صنایع شیرینی، شکلات و دارویی، به یکی از حلقه‌های حیاتی زنجیره تأمین تبدیل شده است. این مجموعه با بهره‌گیری از برند اختصاصی «پالیر» (PALIER) و همچنین واردات مستقیم برندهای تراز اول جهانی، توانسته است خلاءهای تأمین کالاهای اساسی را برای واحدهای تولیدی پر کند.

اصغر کرمی، مدیر عامل آرتا فیدار کیا، معتقد است که سد اصلی مسیر تولید، لزوماً تحریم‌های خارجی نیست؛ بلکه پیچیدگی‌های اداری و بروکراسی‌های داخلی است که سرعت عمل را از فعالان اقتصادی می‌گیرد. او با اشاره به تجربیات موفق دو ماه اخیر تأکید می‌کند: «زمانی که مسیر واردات هموار و بروکراسی‌های دست‌وپاگیر حذف شد، شاهد

پارس تدبیر میثاق؛ پیشران کیفیت در صنعت شیرینی و شکلات کشور نقش حیاتی مواد اولیه استراتژیک در دستیابی به استانداردهای جهانی

چالش‌های تولید؛ از ارز تا سهمیه‌بندی

حضور پارس تدبیر میثاق در نمایشگاه تبریز، فرصتی بود تا صدای بخش مهمی از زنجیره تولید به گوش مسئولان برسد. خانم بهبهانی با صراحت به چالش‌های اقتصادی اشاره کرد و گفت: «تولیدکنندگان ما امروز با سدی بزرگ از فرآیندهای پیچیده ثبت سفارش، نوسانات ارزی و سهمیه‌بندی‌های محدودکننده روبرو هستند. این چالش‌ها، مستقیماً زنجیره واردات و در نهایت صادرات محصولات نهایی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.»

با وجود این فشارها، پارس تدبیر میثاق همچنان متعهد به ایستادگی در کنار شرکای تجاری خود است. به عقیده مدیر عامل این مجموعه، برگزاری نمایشگاه‌هایی همچون نمایشگاه تبریز، بهترین فرصت برای بازسازی ارتباطات، انتقال دانش و ایجاد تعامل سازنده میان بخش خصوصی و مسئولین دولتی است تا با همدلی، موانع پیش روی صنعتگران مرتفع شود.

چشم‌انداز آینده؛ تولید ایرانی، بازارهای جهانی

پیام نهایی پارس تدبیر میثاق، فراخوانی برای حمایت عملیاتی است. به اعتقاد مدیر عامل این شرکت، اگر موانع مربوط به دسترسی به مواد اولیه استراتژیک برداشته شود، تولیدکنندگان ایرانی ثابت کرده‌اند که می‌توانند با کیفیت ممتاز، سهم بازار صادراتی خود را چندین برابر کنند. پارس تدبیر میثاق با تکیه بر دانش فنی و تعاملات بین‌المللی خود، مصمم است مسیر ارتقای کیفیت محصولات غذایی ایران را هموار کرده و استانداردهای این صنعت را به قله‌های جدیدی هدایت کند.

در دنیای رقابتی امروز، کیفیت محصول نهایی، تنها به تکنولوژی تولید وابسته نیست؛ بلکه زنجیره تأمین مواد اولیه، قلب تپنده کیفیت و تضمین‌کننده نفوذ در بازارهای صادراتی است. نوزدهمین نمایشگاه شیرینی و شکلات تبریز فرصتی شد تا با نگاهی دقیق‌تر، نقش شرکت «پارس تدبیر میثاق» را در ارتقای



استاندارد محصولات غذایی ایران بررسی کنیم.

تخصص در قلب «نیچ مارکت»

شرکت پارس تدبیر میثاق از سال ۱۳۹۵ با تمرکز بر مهندسی مواد و طراحی صنایع غذایی، جایگاه خود را به عنوان بازویی تخصصی در این صنعت تثبیت کرده است. این مجموعه به عنوان نماینده انحصاری شرکت «تک پل» (TEQPOL) ترکیه، در حوزه‌ای فعالیت می‌کند که شاید کمتر دیده شود اما نقشی کلیدی دارد؛ حوزه تخصصی «نیچ مارکت» برای محصولات درازه، اسمارتیز، آدامس و کارنوباکس.

مهندس بیتا بهبهانی، مدیر عامل پارس تدبیر میثاق، درباره مأموریت این شرکت می‌گوید: «ما با عرضه براق‌کننده‌های پیشرفته که بر پایه مواد طبیعی همچون شلاک و موم زنبور عسل تولید می‌شوند، به تولیدکنندگان ایرانی کمک می‌کنیم تا محصولاتی تولید کنند که نه تنها در بازار داخلی، بلکه در ویت‌ترین‌های بین‌المللی نیز توان رقابت با برندهای تراز اول جهانی را داشته باشند.»

گروه صنعتی سلیمی؛ پرچمدار تکنولوژی ایرانی در بازارهای بین المللی

از کاهش وابستگی به واردات تا فتح بازارهای آفریقا و آسیا



صنعت ماشین سازی در ایران، امروز شاهد حضور بازیگرانی است که با تکیه بر دانش بومی و استانداردهای جهانی، مرزهای جغرافیایی را پشت سر گذاشته اند. در نوزدهمین نمایشگاه شیرینی و شکلات تبریز، گروه صنعتی سلیمی به عنوان یک مجموعه دانش بنیان، بار دیگر توانمندی فنی مهندسان ایرانی را در عرصه ماشین آلات صنایع غذایی به رخ کشید.

تکاملی از دانش تا اتوماسیون

گروه صنعتی سلیمی که فعالیت تخصصی خود را از سال ۱۳۸۴ آغاز کرده است، امروز به جایگاهی دست یافته که با تکیه بر فناوری های پیشرفته، ماشین آلات تولید کیک، کلوچه و شیرینی را با کیفیتی هم تراز با نمونه های اروپایی تولید می کند. مهندس شهرام سلیمی، مدیر عامل این مجموعه، گذار از تکنولوژی های نیمه اتوماتیک به سیستم های تمام اتوماتیک را نقطه عطفی در کارنامه این شرکت می داند؛ مسیری که نه تنها نیازهای داخل را پوشش داده، بلکه با جلوگیری از خروج ارز، مانع از وابستگی صنعت به ماشین آلات خارجی شده است.

صادرات؛ نشانه ای از اعتبار ملی

موفقیت های گروه صنعتی سلیمی تنها به مرزهای ایران محدود نمانده است. این شرکت با استراتژی صادرات محور، اکنون مقصدی برای سفارشات بین المللی از کشورهای همسایه نظیر افغانستان، ازبکستان، تاجیکستان، عراق، عمان و امارات است. دامنه این نفوذ حتی به فراتر از منطقه نیز کشیده شده و کشورهای آفریقای جنوبی، موزامبیک و اخیرا پاکستان، از مشتریان تکنولوژی ساخت ایران هستند. این موفقیت ها نشان دهنده مزیت رقابتی بالای ایران در قیمت تمام شده و کیفیت فنی است.

مطالبه گری برای عدالت رقابتی

با وجود این موفقیت ها، مدیر عامل گروه صنعتی سلیمی نسبت به برخی سیاست های اقتصادی هشدار می دهد. به گفته وی، «عدم ثبات نرخ ارز» در کنار سفارشی بودن فرآیند تولید، استمرار سودآوری را با

تهدید جدی روبرو کرده است. مهندس سلیمی با انتقاد از نبود «عدالت رقابتی» می گوید: «تولیدکنندگان داخلی ناچارند مواد اولیه را با نرخ آزاد تهیه کنند، در حالی که واردکنندگان ماشین آلات از حمایت های دولتی بهره مند می شوند.»

چشم اندازی برای شکوفایی

گروه صنعتی سلیمی معتقد است که با تکیه بر مزیت قیمتی بسیار قدرتمند در برابر رقاباتی چون ترکیه، پتانسیل صادراتی ایران بسیار فراتر از شرایط فعلی است. این شرکت خواستار توجه ویژه مسئولان به تقویت تولید داخلی و اجرای دقیق قوانین برای جلوگیری از واردات غیر ضروری محصولات مشابه است. با حمایت عملیاتی و رفع موانع پیش رو، صنعت ماشین سازی ایران می تواند علاوه بر تامین کامل بازار داخلی، به عنوان یکی از بازوهای اصلی ارزآوری برای اقتصاد کشور عمل کند.

او در عین حال نسبت به صدور بی رویه مجوز برای تولیدکنندگان جدید هشدار داد و گفت ظرفیت مصرف نشاسته در کشور محدود است؛ بنابراین ورود واحدهای تازه بدون توان صادراتی، می تواند به بازار تولیدکنندگان با سابقه آسیب بزند. به باور او، صدور مجوزها باید با در نظر گرفتن ظرفیت بازار و توان حضور در تجارت خارجی انجام شود.

در بخش دیگری از این رویکرد توسعه محور، نشاسته آداک شیراز حضور در نمایشگاه های تخصصی را یکی از ابزارهای اصلی تقویت روابط تجاری می داند. مدیران این مجموعه بر این باورند که نمایشگاه ها فرصتی مؤثر برای ارتباط مستقیم با صنعتگران، معرفی توانمندی ها و توسعه بازارهای جدید هستند.

نشاسته آداک با محصولاتی چون نشاسته فوق تصفیه، گلو تن فعال گندم، نشاسته گرانول، نشاسته صنعتی و نشاسته دامی، سبده متنوع و مطابق با استانداردهای جهانی ارائه می دهد و همچنان بر مسیر رشد، نوآوری و صادرات محور پایبند است.



نشاسته آداک شیراز؛

تجربه، کیفیت و نگاه صادرات محور

در خدمت تولید ملی

در صنعتی که رقابت، کیفیت و پایداری تأمین حرف اول را می زند، شرکت نشاسته آداک شیراز طی بیش از چهار دهه فعالیت، جایگاهی قابل اعتماد برای خود ساخته است. این مجموعه با تکیه بر نوسازی مستمر خطوط تولید و توسعه بازارهای صادراتی، امروز به یکی از نام های شناخته شده در تأمین مواد اولیه صنایع غذایی و غیره غذایی کشور تبدیل شده است.

محمدرضا طالبان فرد، مدیر فروش گروه نشاسته آداک شیراز، در حاشیه نوزدهمین نمایشگاه شیرینی و شکلات تبریز با اشاره به تاریخچه این شرکت گفت: فعالیت مجموعه از سال ۱۳۶۰ به صورت سنتی و نیمه صنعتی

آغاز شد و از سال ۱۳۷۲ با ورود تجهیزات پیشرفته وارداتی، مسیر صنعتی و مدرن آن شکل گرفت. به گفته او، آداک شیراز امروز با حفظ پیوستگی تولید، هم نیاز بازار داخل را تأمین می کند و هم در بازارهای صادراتی حضور مؤثری دارد.

وی صادرات را کلید بقا در بازار رقابتی دانست و توضیح داد که محصولات این شرکت به کشورهایی مانند عراق، ترکیه، ترکمنستان، افغانستان و برخی بازارهای حاشیه خلیج فارس و شرق آسیا صادر می شود. طالبان فرد تأکید کرد که ماهیت چندمنظوره محصول نشاسته باعث شده حتی در شرایط نوسان سفارش ها، چرخه تولید متوقف نشود.



آذرنوش شکوفه؛ تداوم تولید و کیفیت

در سخت‌ترین شرایط صنعت پخت

قنادی و بیکری طراحی و تولید می‌شوند. مدیرعامل آذرنوش شکوفه با اشاره به سال‌های دشوار جنگ و تحریم افزود: «در شرایطی که بسیاری از تولیدکنندگان با مشکل تأمین مواد اولیه روبه‌رو بودند، حتی پس از آسیب به کارخانه در شهرک صنعتی عباس‌آباد، تولید را از فردای همان روز از سرگرفتیم تا مشتریان کوچک‌ترین خللی در تأمین نیاز خود احساس نکنند.» وی تأکید کرد که با وجود چالش‌های ارزی و ترخیص کالا، اولویت اصلی این مجموعه، حفظ چرخه تولید بوده است.

موحد همچنین از تثبیت جایگاه صادراتی شرکت در بازارهای افغانستان و عراق خبر داد و گفت: «با پیگیری‌های مستمر و تعامل سازنده با مسئولان، توانستیم مجوزهای صادراتی را دریافت کنیم و امروز این دو بازار سهم مهمی در صادرات ما دارند.»

او در پایان نمایشگاه تبریز را رویدادی موفق توصیف کرد و گفت: «جلسات تخصصی با مشتریان وفادار و حضور متخصصان این صنعت، این نمایشگاه را به فرصتی ارزشمند برای توسعه ارتباطات و معرفی توانمندی‌های شرکت تبدیل کرد.»

در حاشیه نوزدهمین نمایشگاه شیرینی و شکلات تبریز، شرکت «آذرنوش شکوفه» با تأکید بر پایداری تولید، کیفیت محصول و توسعه بازارهای صادراتی، بار دیگر جایگاه خود را در صنعت پخت و قنادی کشور به نمایش گذاشت. حسین موحد، مدیرعامل این مجموعه، در گفت‌وگو با نشریه شهد، مسیر رشد شرکت از سال ۱۳۷۶ تاکنون را تشریح کرد و بر نقش تحقیق و توسعه در موفقیت‌های این برند تأکید داشت.

موحد با اشاره به تاریخچه فعالیت شرکت گفت: «آذرنوش شکوفه در سال ۱۳۷۶ با همت علی موحد و جمعی از سهامداران، با هدف تولید بهبوددهنده‌های صنعت پخت پایه‌گذاری شد. ما از نخستین مجموعه‌هایی بودیم که تولید ژل‌کیک را در ایران بومی‌سازی کردیم و از همان ابتدا با راه‌اندازی واحد R&D، محصولات را بر پایه استانداردهای علمی توسعه دادیم.»

به گفته وی، سبد تولیدات این شرکت امروز شامل انواع ژل‌کیک، بیکینگ‌پودر، کرم‌های مغزی قنادی، روغن‌های جداکننده قالب و روکش‌های تخصصی است؛ محصولاتی که متناسب با نیاز روز صنعت

رویکرد صادرات محور و ظرفیت‌های تولیدی «ایلیا آذر شیرین صدف» در نمایشگاه تبریز

که هدف اصلی شرکت، ارتقای جایگاه برند در بازار و توسعه کانال‌های صادراتی است. به گفته وی، تطبیق طعم محصولات با فرهنگ غذایی بازارهای هدف و استفاده از بسته‌بندی‌های استاندارد صادراتی، از جمله راهبردهای کلیدی شیرین صدف برای ورود به بازارهای جدید منطقه است. پورانات همچنین نمایشگاه تبریز را بستری مناسب برای ارزیابی نیازهای بازار و برقراری ارتباط بدون واسطه با شبکه توزیع صادرات دانست.

تمرکز بر تولید سلامت‌محور و استفاده از مواد اولیه باکیفیت، از دیگر محورهای معرفی شده توسط این شرکت در نمایشگاه بود. شیرین صدف با توجه به تغییر الگوی مصرف به سمت محصولات سالم‌تر، ظرفیت‌های خود را در زمینه تولید بیسکویت‌های رژیمی و غنی‌شده به نمایش گذاشت. در نهایت، این حضور نمایشگاهی نشان داد که گروه کارخانجات ایلیا آذر شیرین صدف با تکیه بر زیرساخت‌های صنعتی خود، به دنبال تثبیت موقعیت خود به عنوان یک تولیدکننده فعال و توسعه صادرات به کشورهای همسایه و بازارهای بین‌المللی است. دستاوردهای حاصل از تعاملات این رویداد می‌تواند نقشی تعیین‌کننده در برنامه‌های توسعه‌ای آینده این شرکت ایفا کند.



به گزارش نشریه شهد، نوزدهمین نمایشگاه بین‌المللی شیرینی و شکلات تبریز به عنوان یکی از مهم‌ترین رویدادهای تخصصی این حوزه، میزبان حضور فعال و هدفمند گروه کارخانجات ایلیا آذر شیرین صدف بود. این مجموعه تولیدی با تمرکز بر توسعه سبد محصولات و معرفی ظرفیت‌های نوین خود، در این رویداد چهارروزه به تعامل مستقیم با فعالان صنعت، زنجیره تأمین و بازرگانان پرداخت. بخش عمده‌ای از برنامه‌های شیرین صدف در این نمایشگاه، بر معرفی

توانمندی‌های خطوط تولید و انعطاف‌پذیری در پذیرش سفارشات متمرکز بود. این مجموعه با ارائه انواع بیسکویت‌های کلاسیک، کرم‌دار، رژیمی و غنی‌شده تلاش کرد تا پاسخگوی تقاضای متنوع بازارهای داخلی و صادراتی باشد. تولید سفارشی بیسکویت «پتی‌بور» بر اساس نیاز مشتری و تولید بیسکویت‌های کرم‌دار کره‌ای با استانداردهای کیفی بالا، از جمله توانمندی‌های فنی و تولیدی بود که در این رویداد معرفی شد.

نواپورانات، عضو هیئت مدیره گروه کارخانجات ایلیا آذر شیرین صدف، درباره حضور این مجموعه در نمایشگاه تبریز اظهار داشت

ارز تک‌نرخ؛

پیش شرط بازگشت اعتماد به اقتصاد



بازارهای منطقه تبدیل شود. سفارتخانه‌ها و رایزنان اقتصادی باید حلقه ارتباطی مؤثری میان ظرفیت‌های بازارهای هدف و تولیدکنندگان و صادرکنندگان ایرانی باشند. تجربه فعالان بخش خصوصی، شناخت آنان از نیاز بازار و ارتباطات تجاری موجود باید در تصمیم‌سازی‌های دیپلماتیک و اقتصادی مورد توجه قرار گیرد.

آذربایجان شرقی؛ متکی بر توان بخش خصوصی

آذربایجان شرقی به دلیل پیشینه قوی در صنایع غذایی، کشاورزی، ماشین‌سازی، صنایع فلزی و تجارت، از ظرفیت بالایی برای توسعه صادرات برخوردار است. برخلاف برخی استان‌های متکی به صنایع دولتی، بخش خصوصی موتور اصلی اقتصاد این استان محسوب می‌شود.

واگذاری اختیارات بیشتر به مدیریت استانی، می‌تواند تصمیم‌گیری‌ها را تسریع و مسیر اجرای پروژه‌های بزرگ اقتصادی را هموار کند. حل همه مسائل اقتصادی استان نباید به تصمیم‌گیری‌های متمرکز در تهران وابسته باشد؛ زیرا فعالان اقتصادی و مدیران محلی، شناخت دقیق‌تری از ظرفیت‌ها و موانع منطقه دارند.

جلفا-تبریز-بازرگان؛ محور راهبردی امنیت ترانزیتی

تنوع بخشی به مسیرهای تجاری، بخشی از امنیت اقتصادی کشور است. اقتصاد ایران نباید تنها به بنادر و مسیرهای جنوبی وابسته بماند. تقویت محور جلفا-تبریز-بازرگان می‌تواند ارتباط ایران با نخبان، ارمنستان، قفقاز، اوراسیا، ترکیه و اروپا را گسترش داده و تاب‌آوری تجارت خارجی کشور را در برابر بحران‌های منطقه‌ای افزایش دهد. پروژه‌هایی مانند راه‌آهن تبریز-مرند-چشمه‌ثریا، آزادراه تبریز-بازرگان و توسعه ظرفیت‌های ریلی جلفا، باید با نگاهی ملی و راهبردی دنبال شوند. البته موقعیت جغرافیایی به‌تنهایی ارزش اقتصادی ایجاد نمی‌کند؛ برای بهره‌برداری از ظرفیت ترانزیتی کشور، توسعه راه‌آهن، گمرک، پایانه، انبار، ناوگان و زیرساخت‌های لجستیکی ضروری است. هدف نباید صرفاً عبور کالا و کامیون باشد. ایجاد مراکز لجستیکی، صنایع تبدیلی و خدمات مالی و بیمه‌ای در امتداد کریدورها می‌تواند ارزش افزوده تجارت را در آذربایجان شرقی و اقتصاد ملی حفظ کند.

اعتماد؛ حلقه اتصال دولت و بخش خصوصی

ارز تک‌نرخ تنها یک تصمیم پولی نیست؛ بلکه می‌تواند نشانه‌ای از حرکت اقتصاد به سوی شفافیت و اعتماد باشد. دولت باید با کاهش مقررات زائد، ایجاد ثبات در تصمیم‌گیری، واگذاری اختیارات و فراهم کردن زیرساخت‌ها، اعتماد خود را به بخش خصوصی اثبات کند. بخش خصوصی نیز نمی‌تواند تنها مطالبه‌گر باشد و منتظر اقدامات دولت بماند. سرمایه‌گذاری، توسعه صادرات، افزایش بهره‌وری و ارائه پیشنهادها و عملی، مسئولیت‌های فعالان اقتصادی در مسیر توسعه کشور است.

وفاق اقتصادی زمانی تحقق می‌یابد که دولت سیاست‌گذار و تسهیل‌گر باشد، بخش خصوصی مسئولیت توسعه را بپذیرد و ارز تک‌نرخ، زمینه بازگشت شفافیت، پیش‌بینی‌پذیری و اعتماد به اقتصاد را فراهم کند.

اقتصاد ایران برای عبور از چالش‌های کنونی، بیش از هر زمان دیگری به ثبات، شفافیت و اعتماد نیاز دارد. تحقق این سه مؤلفه بدون اصلاح سیاست‌های ارزی و حرکت به سمت ارز تک‌نرخ امکان‌پذیر نیست. چندنرخ بودن ارز، نه تنها برنامه‌ریزی را برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان دشوار کرده، بلکه به گسترش رانت، تضعیف رقابت سالم و افزایش نااطمینانی در فضای کسب‌وکار منجر شده است.

فعال اقتصادی پیش از هر چیز به امنیت تصمیم‌گیری نیاز دارد. تولیدکننده باید بداند مواد اولیه را با چه نرخی تأمین می‌کند، هزینه نهایی تولید او چقدر خواهد بود و سرمایه‌گذاری‌اش در چه بازه‌ای به بازدهی می‌رسد. هنگامی که اقتصاد با نرخ‌های متعدد ارز اداره می‌شود، محاسبه هزینه تولید، قیمت‌گذاری محصول، تنظیم قراردادهای تجاری و طراحی برنامه صادراتی با اختلال مواجه خواهد شد.

چندنرخ بودن ارز؛ عامل رانت و بی‌ثباتی

ادامه سیاست ارز چندنرخی، امکان برنامه‌ریزی بلندمدت را از فعالان اقتصادی سلب می‌کند. تفاوت میان نرخ‌های رسمی، ترجیحی و بازار، زمینه شکل‌گیری امتیازهای غیرشفاف و توزیع رانت را فراهم می‌سازد. در چنین شرایطی، بنگاهی که بر پایه بهره‌وری، نوآوری و تولید فعالیت می‌کند، ممکن است در رقابت با مجموعه‌هایی که به منابع ارزی ارزان‌تر دسترسی دارند، متضرر شود.

اقتصاد رقابتی زمانی شکل می‌گیرد که همه فعالان اقتصادی به قواعدی شفاف و برابر دسترسی داشته باشند. ارز تک‌نرخ، اگر در چارچوب برنامه‌ای دقیق و همراه با سیاست‌های حمایتی هدفمند اجرا شود، می‌تواند بخشی از بی‌ثباتی‌های موجود را کاهش دهد و امکان محاسبه‌پذیری را به اقتصاد بازگرداند.

دولت؛ سیاست‌گذار و تسهیل‌گر، نه رقیب بخش خصوصی

اصلاح سیاست ارزی باید هم‌زمان با بازتعریف نقش دولت در اقتصاد انجام شود. خصوصی‌سازی واقعی، صرفاً انتقال مالکیت چند شرکت نیست؛ بلکه به معنای فاصله گرفتن دولت از تصدی‌گری و بنگاهداری و تمرکز آن بر سیاست‌گذاری، نظارت و توسعه زیرساخت‌هاست. نمی‌توان از بخش خصوصی انتظار افزایش تولید، اشتغال‌زایی و توسعه صادرات داشت، اما هم‌زمان با صدور بخشنامه‌های متعدد، تغییر مداوم مقررات و ایجاد محدودیت‌های اجرایی، فضای فعالیت آن را تنگ کرد. دولت باید زمینه رقابت سالم را فراهم کند و از حضور انحصاری یا رقابت مستقیم با بخش خصوصی فاصله بگیرد.

دیپلماسی اقتصادی در خدمت توسعه صادرات

ایران در همسایگی بازارهای بزرگی همچون ترکیه، کشورهای قفقاز، روسیه و آسیای میانه قرار دارد؛ اما همسایگی جغرافیایی به‌تنهایی زمینه‌ساز افزایش تجارت نیست. دیپلماسی اقتصادی باید به توسعه صادرات و تسهیل حضور فعالان ایرانی در



پیشران نوآوری در صنعت روغن‌های تخصصی

گفت‌وگوی اختصاصی نشریه «شهد» با مهندس امید نجومی، مدیرعامل شرکت «کیفیت‌اندیشان جهان‌نگر»

روغن تخصصی شکلات عرضه کردیم. همچنین، R&D (تحقیق و توسعه) ما از ابتدای سال ۱۴۰۰ روی دو محصول جدید متمرکز بود که اولین مشتری آن شرکت «پارس مینو» برای تولید شکلات‌های صبحانه است. مزیت رقابتی محصول ما نسبت به سایر نمونه‌های داخلی و خارجی، عدم استفاده از پالم در ترکیب اصلی آن است.

نشریه شهد: برای حفظ کیفیت و رقابت در بازار، چه استانداردهایی را لحاظ می‌کنید؟

مهندس نجومی: تمرکز ما بر رعایت اصول ایمنی و بهداشت برای سلامت مصرف‌کننده نهایی است. در همین راستا، اجرای الگوهای استاندارد HACCP و ISO 9001:2015 را به عنوان خط‌مشی اصلی سازمان انتخاب کرده‌ایم. تمامی محصولات ما با حداقل اسید چرب ترانس تولید شده و دارای ۶ ماه ماندگاری تضمین شده هستند. این پابندی به کیفیت، راه را برای همکاری با مجموعه‌های بزرگی همچون «نظری» و «دنیز» هموار کرده است.

نشریه شهد: تأمین مواد اولیه و موانع پیش‌رو را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

مهندس نجومی: مواد اولیه روغن یک کالای استراتژیک است. ما بخشی از سهمیه خود را از تأمین‌کنندگان داخلی نظیر شرکت مارگارین، نگین همدان و طبیعت دریافت می‌کنیم و مابقی مواد وارداتی هستند. بزرگترین دغدغه تولیدکنندگان امروز، فشارهای شدید اقتصادی و محدودیت‌های اداری است. انتظار ما از سیاست‌گذاران این است که با حذف بروکراسی‌های دست‌وپاگیر، مسیر تولید را هموار کنند. برگزاری رویدادهایی مانند «نمایشگاه آگرو فود» یا «نمایشگاه تبریز» نیز باید با رویکرد حمایتی بیشتری دنبال شود تا بستر واقعی برای جذب سرمایه فراهم گردد.

نشریه شهد: آیا برنامه‌ای برای صادرات دارید؟

مهندس نجومی: در حال حاضر به دلیل استراتژیک بودن محصول، تمرکز اصلی ما بر تأمین نیاز داخلی است. با این حال، با دریافت مجوزهای لازم، صادرات محصولات جانبی از جمله کره گیاهی پسته، بادام‌زمینی، فندق و گردو را در دستور کار داریم و بازارهای هدف ما کشورهای امارات، عراق و پاکستان هستند.

کلام آخر:

هدف نهایی ما در شرکت کیفیت‌اندیشان جهان‌نگر، تحول در تولید با تکیه بر متخصصین داخلی و جلب رضایت مشتریان است. ما معتقدیم با دانش و تجربه می‌توان تهدیدهای اقتصادی را به فرصتی برای درخشش برندهای ایرانی در سطح بین‌المللی تبدیل کرد.

صنعت روغن‌های تخصصی و مارگارین در ایران طی سال‌های اخیر با تحولات چشمگیری همراه بوده است. شرکت «کیفیت‌اندیشان جهان‌نگر» با برند تجاری «فلکرا»، به عنوان یکی از مجموعه‌های پیشرو، با بهره‌گیری از دانش فنی متخصصان داخلی و فناوری‌های روز دنیا، توانسته است ضمن پاسخ به نیاز صنایع غذایی کشور، استانداردهای تولید را ارتقا بخشد. در این گزارش،



در گفت‌وگویی اختصاصی با مهندس امید نجومی، مسیر توسعه و چالش‌های این مجموعه را بررسی کرده‌ایم.

نشریه شهد: جناب مهندس نجومی، لطفاً برای مخاطبان ما کمی از سوابق و فعالیت‌های مجموعه تحت مدیریت خود بگویید.

مهندس نجومی: من امید نجومی، مدیرعامل شرکت کیفیت‌اندیشان جهان‌نگر هستم. فعالیت حرفه‌ای من در این صنعت از سال ۱۳۸۳ با تمرکز بر مشاوره، طراحی و ساخت کارخانجات صنایع غذایی و سیستم‌های مدیریت فروش آغاز شد. شرکت کیفیت‌اندیشان جهان‌نگر نیز در سال ۱۳۸۹ با هدف ایجاد تحول در زنجیره تولید و توزیع محصولات لبنی و روغنی با ویژگی‌های منحصر به فرد تأسیس شد. ما امروز با بهره‌گیری از مجرب‌ترین کارشناسان و پیشرفته‌ترین آزمایشگاه‌های تخصصی، در عرصه تولید محصولات متنوع و هم‌تراز با استانداردهای جهانی فعال هستیم.

نشریه شهد: برند «فلکرا» در بازار به عنوان یک مجموعه نوآور شناخته می‌شود؛ چه دستاوردهایی در این زمینه داشته‌اید؟

مهندس نجومی: استراتژی ما از ابتدا بر پایه نوآوری بوده است. ما موفق شدیم روغن مخصوص صبحانه را بدون استفاده از هیچ‌گونه افزودنی خاص، برای اولین بار در سطح جهان تولید کنیم که در حال حاضر رقیبی ندارد. همچنین عرضه کره گیاهی بر پایه عصاره طبیعی «برنج هاشمی» به عنوان محصولی منحصر به فرد در ایران، از دیگر افتخارات ماست.

نشریه شهد: در حوزه صنعت شیرینی و شکلات، چه فعالیت‌هایی دارید؟

مهندس نجومی: محصولات ما در این بخش با استقبال بسیار خوبی مواجه شده است. به عنوان مثال، تنها در ماه گذشته بالغ بر ۲۵۰ تن

گفت‌وگو و تحلیل ویژه با آقای سید محمد تقی نقوی،
رئیس هیئت مدیره گروه صنعتی عازم (گلشهر، شهیدینه آران و گلدینه)



جنگ، ژئوپلیتیک و بحران غلات؛ زنگ خطری برای آینده صنعت پالایش غلات ایران

در اقتصاد امروز، جنگ‌ها دیگر تنها در میدان نبرد تعیین‌کننده نیستند؛ بلکه در بازارهای کالاهای اساسی، مسیر تولید، امنیت غذایی و حتی بقای صنایع را نیز رقم می‌زنند. غلات، به‌ویژه ذرت و گندم، اکنون به یکی از مهم‌ترین ابزارهای قدرت اقتصادی و ژئوپلیتیکی جهان تبدیل شده‌اند. هرگونه اختلال در تولید، حمل‌ونقل یا تجارت این محصولات، زنجیره‌ای از پیامدهای اقتصادی را ایجاد می‌کند که از مزرعه آغاز شده و تا سفره مصرف‌کننده ادامه می‌یابد.

برای صنعت پالایش غلات ایران، این تحولات صرفاً یک خبر بین‌المللی نیست؛ بلکه هشدار جدی برای بازنگری در استراتژی‌های تأمین مواد اولیه، مدیریت ریسک و برنامه‌ریزی تولید است.

ژئوپلیتیک؛ متغیر جدید تعیین‌کننده قیمت غلات

در ماه‌های اخیر، تنش‌های نظامی و تحولات ژئوپلیتیکی، از جنگ‌های تحمیلی منطقه‌ای آمریکا و ایران گرفته تا حمله هفته گذشته آمریکا به زیرساخت‌های نگهداری گندم در ایران و محدودیت‌های حمل‌ونقل و محاصره دریایی، موجب افزایش نگرانی در بازارهای داخلی کشور و جهانی شده است.

همین حمله هفته گذشته آمریکا به یکی از مراکز نگهداری گندم و همچنین اختلال در برخی مسیرهای حمل‌ونقل دریایی، بار دیگر نشان داد که امنیت زنجیره تأمین غلات تا چه اندازه آسیب‌پذیر است. بازار نیز واکنش خود را به سرعت نشان داد.

تنها طی یک شب، قیمت ذرت در بازار داخلی از حدود ۴۱۰,۰۰۰ ریال به ۵۵۰,۰۰۰ ریال در هر کیلوگرم توسط تأمین‌کنندگان داخلی افزایش یافت؛ رشدی نزدیک به ۳۴ درصد.

همزمان، فعالان بازار از افزایش قریب‌الوقوع قیمت آرد خبر می‌دهند؛ به‌گونه‌ای که پیش‌بینی می‌شود قیمت هر کیلوگرم آرد به حدود ۶۳۰,۰۰۰ ریال برسد.

این اتفاقات به‌خوبی نشان می‌دهد که حتی در بازار داخلی نیز قیمت مواد اولیه دیگر صرفاً تابع عرضه و تقاضای داخلی نیست، بلکه مستقیماً از تحولات سیاسی و امنیتی جهان تأثیر می‌پذیرد.

افزایش قیمت مواد اولیه؛ آغاز دومینوی تورمی در صنایع پایین‌دستی در صنعت پالایش غلات، ذرت و گندم تنها یک ماده اولیه نیستند؛ بلکه ستون فقرات تولید محسوب می‌شوند.

افزایش قیمت این دو محصول، مستقیماً هزینه تولید محصولاتی پالایشگاه غلات چون (نشاسته، گلوکز، مالتودکسترین، گلوتن فعال و محصولات جانبی خوراک دام را افزایش می‌دهد. اما اثر این افزایش تنها به کارخانه‌های پالایش غلات محدود نمی‌شود. این افزایش هزینه، در امتداد زنجیره ارزش به ده‌ها صنعت دیگر منتقل می‌شود؛ از جمله، صنایع غذایی (شیرینی و شکلات، لبنی، نانوبی‌ها و بیگاری‌ها)، صنایع سلولزی و نساجی، تولیدکنندگان نوشیدنی، صنایع دارویی، آرایشی و بهداشتی و صنعت خوراک دام، طیور و آبزیان.

در واقع، پالایش غلات یکی از حلقه‌های میانی زنجیره امنیت غذایی کشور است؛ حلقه‌ای که هرگونه افزایش هزینه در آن، اثرات خود را در بخش بزرگی از اقتصاد نمایان می‌سازد.

گزارش USDA؛ ذخایر جهانی در پایین‌ترین سطح سال‌های اخیر اگرچه تحولات منطقه‌ای نگران‌کننده است، اما داده‌های جهانی نیز تصویر چندان امیدوارکننده‌ای ارائه نمی‌کنند.

چرا امروز بیش از هر زمان دیگری باید امنیت مواد اولیه را جدی گرفت؟

اما تجربه صنایع بزرگ جهان نشان داده است که نوسانات شدید قیمت بسیار مخرب تر از خود گرانی است.

تولیدکننده می تواند با قیمت بالاتر برنامه ریزی کند، اما زمانی که قیمت مواد اولیه ظرف چند ساعت یا چند روز تغییر می کند، امکان برنامه ریزی تولید، فروش، تأمین نقدینگی و مدیریت موجودی به شدت کاهش می یابد.

این نوسانات می تواند پیامدهایی همچون: کاهش حاشیه سود، افزایش سرمایه در گردش مورد نیاز، دشواری قیمت گذاری محصولات، اختلال در قراردادهای فروش، و کاهش قدرت رقابت در بازار را به همراه داشته باشد.

صنعت پالایش غلات: نیازمند تغییر رویکرد مدیریتی

فرصت در دل بحران، تحولات اخیر بازار جهانی غلات تنها یک نوسان مقطعی نیست؛ بلکه نشانه ای از ورود اقتصاد جهان به دوره ای است که در آن، امنیت غذایی، ژئوپلیتیک و اقتصاد بیش از هر زمان دیگری به یکدیگر گره خورده اند. برای صنعت پالایش غلات ایران، آینده نه صرفاً با ظرفیت تولید، بلکه با توان پیش بینی، انعطاف پذیری و مدیریت ریسک رقم خواهد خورد.

در چنین شرایطی، مدیران صنعت باید نگاه خود را از واکنش به بحران، به آمادگی برای بحران تغییر دهند. آینده متعلق به شرکت هایی است که زنجیره تأمین را نه یک فرایند عملیاتی، بلکه یک دارایی راهبردی می دانند؛ زیرا در اقتصاد پرتنش امروز، امنیت مواد اولیه همان قدر اهمیت دارد که ظرفیت تولید و بازار فروش.

بر اساس تازه ترین گزارش وزارت کشاورزی ایالات متحده (USDA)، روند ذخایر جهانی غلات وارد مرحله ای هشداردهنده شده است.

طبق این گزارش:

- موجودی پایان دوره گندم آمریکا حدود ۶۰۰ هزار تن کاهش یافته است.
- تولید گندم نسبت به سال گذشته حدود ۱۳ میلیون تن افت کرده است.
- ذخایر نهایی گندم بیش از ۶ میلیون تن کاهش یافته است.
- تولید جهانی ذرت حدود ۶ میلیون تن کمتر برآورد شده که ۳ میلیون تن آن مربوط به آمریکا است.
- نسبت ذخایر به مصرف ذرت به پایین ترین سطح خود در ۱۴ سال گذشته رسیده است.

کاهش ذخایر ذرت اهمیت ویژه ای دارد؛ زیرا ذرت و آرد در بسیاری از کاربردها، به ویژه در خوراک دام، کالاهای جایگزین یکدیگر محسوب می شوند. هرگونه کاهش عرضه ذرت، معمولاً موجب افزایش تقاضا برای آرد و در نتیجه رشد قیمت هر دو محصول می شود.

به بیان دیگر، بازار جهانی غلات اکنون با دو عامل هم زمان مواجه است: کاهش عرضه و افزایش ریسک ژئوپلیتیکی؛ ترکیبی که می تواند نوسانات قیمتی را تشدید کند.

مهم ترین تهدید: نوسان، نه فقط گرانی

بسیاری تصور می کنند مشکل اصلی، افزایش قیمت مواد اولیه است؛



چرخ این آسیاب برای تو می چرخد

کمپین تبلیغاتی که جایگاه آرد تخصصی را در صنعت شیرینی و شکلات باز تعریف می کند.



است. آردی که با نیاز مشخص یک محصول و فرآیند طراحی شده باشد، می تواند به کنترل بهتر نوسان، کاهش دوباره کاری و افزایش اطمینان از خروجی تولید کمک کند. از این منظر، آرد اختصاصی دیگر فقط یک نهاده نیست؛ می تواند به یک مزیت رقابتی تبدیل شود

از تأمین آرد تا حل مسئله تولید

تجربه ما در ارتباط با بازار صنعتی نشان داده است که گفت و گوهایی در صنعت آرد، سال ها بیشتر حول موضوعاتی مانند قیمت، ظرفیت تولید و تأمین شکل گرفته اند. این عوامل همچنان مهم اند، اما برای برندی که می خواهد جایگاهی ماندگار در ذهن مشتری صنعتی ایجاد کند، کافی نیستند.

در یک بازار حرفه ای، مشتری فقط به دنبال خرید یک کیسه آرد نیست؛ به دنبال اطمینان از عملکرد، ثبات در تولید و شریکی است که نیاز واقعی او را بشناسد. به همین دلیل، در آرد میلاد تلاش کرده ایم مفهوم «آرد تخصصی» را نه صرفاً به عنوان یک ویژگی محصول، بلکه به عنوان بخشی از یک رویکرد جدید در رابطه میان آرد ساز و تولیدکننده تعریف کنیم. از نگاه ما، تولیدکننده شیرینی و شکلات زمانی می تواند از مزایای آرد اختصاصی بهره بیشتری ببرد که آرد متناسب با کاربرد، فرمولاسیون و واقعیت خط تولید او دیده شود. در چنین مدلی، رابطه تأمین کننده و تولیدکننده از یک رابطه صرفاً تجاری، به همکاری برای حل مسئله نزدیک تر می شود

آرد اختصاصی؛ مزیت رقابتی استراتژیک تولیدکنندگان شیرینی و شکلات

وقتی درباره مزیت رقابتی در صنعت شیرینی، شکلات، کیک و کلوچه صحبت می کنیم، معمولاً ذهن به سمت طعم، بسته بندی، قیمت، ماشین آلات یا ارتباط با مصرف کننده می رود؛ اما بخش مهمی از این مزیت، بسیار پیش تر از نقطه فروش شکل می گیرد؛ از همان جایی که مواد اولیه با کیفیت پایدار و ویژه انتخاب می شود.

یکی از پرسش هایی که در سال های اخیر برای ما در آرد میلاد اهمیت بیشتری پیدا کرده، این است.

آیا آرد برای همه محصولات و همه فرآیندهای تولید یکسان است؟

پاسخ، از نگاه ما، نمی تواند مثبت باشد. در تولید صنعتی، تفاوت در ویژگی های مواد اولیه می تواند بر عملکرد خمیر، بافت، حجم، یکنواختی و کیفیت محصول نهایی اثر بگذارد. بنابراین، هر چه صنعت حرفه ای تر می شود، نگاه به آرد نیز باید از یک کالای عمومی به یک ماده اولیه تخصصی و متناسب با کاربرد نهایی تغییر کند.

در همین نقطه، مفهوم **آرد اختصاصی** اهمیت پیدا می کند. برای تولیدکننده ای که به دنبال کیفیت پایدار، عملکرد قابل پیش بینی و تکرارپذیری در خط تولید است، انتخاب آرد صرفاً یک تصمیم خرید نیست؛ بخشی از تصمیم تولید و حتی بخشی از استراتژی محصول



Milad Flour Mill co

کارخانجات آرد میلاد آذربایجان





کرد، امکان مدیریت بهتر تولید نیز افزایش پیدا می‌کند. بنابراین، توجه به آرد اختصاصی می‌تواند بخشی از رویکردی باشد که کیفیت را از یک اتفاق مقطعی به یک فرآیند پایدار نزدیک می‌کند. از منظر برند نیز همین موضوع اهمیت دارد.

برند قوی فقط با پیام تبلیغاتی ساخته نمی‌شود؛ با تکرار یک تجربه قابل

اعتماد ساخته می‌شود

اگر یک تولیدکننده بخواهد در بازار با کیفیت پایدار و محصول قابل اتکا شناخته شود، این وعده باید از زنجیره تأمین و انتخاب مواد اولیه نیز پشتیبانی شود.

نگاهی فراتر از یک کمپین

برای ما در آرد میلاد، کمپین «چرخ این آسیاب برای تو می چرخد» پایان یک مسیر نیست؛ بخشی از مسیری است که در آن تلاش می‌کنیم جایگاه آردهای تخصصی و نقش تخصص در صنعت آرد را پررنگ‌تر کنیم.

ما معتقدیم آینده رقابت در صنعت شیرینی، شکلات، کیک و کلوچه، فقط به محصول نهایی محدود نخواهد شد؛ بلکه به کیفیت تصمیم‌هایی وابسته است که پیش از تولید گرفته می‌شوند. یکی از این تصمیم‌ها، انتخاب آردی است که دقیقاً برای کاربرد مورد نظر طراحی شده باشد. به همین دلیل، مسئله‌ای که ما در این کمپین دنبال می‌کنیم، صرفاً تغییر یک پیام تبلیغاتی یا افزایش حضور محیطی برند نیست.

مسئله، تغییر یک باور درباره آرد است.

آرد می‌تواند بیش از یک ماده اولیه باشد؛ می‌تواند بخشی از مهندسی محصول، بخشی از بهره‌وری تولید و در نهایت بخشی از مزیت رقابتی یک برند باشد. این همان نگاهی است که تلاش کرده‌ایم در آذربایجان شرقی با کمپین «چرخ این آسیاب برای تو می چرخد» به یک گفت‌وگوی جدی‌تر با صنعت تبدیل کنیم؛ گفت‌وگویی درباره تخصص، ثبات، اعتماد و آینده‌ای که در آن آرد، دقیق‌تر از همیشه برای نیاز تولیدکننده انتخاب و تعریف می‌شود.

چرخ این آسیاب برای تو می چرخد؛ فراتر از یک کمپین محیطی

کمپین محیطی (چرخ این آسیاب برای تو می چرخد) در استان آذربایجان شرقی نیز از همین نگاه شکل گرفت.

هدف ما صرفاً افزایش دیده‌شدن نام آرد میلاد نبود؛ مسئله اصلی، تغییر یک برداشت ذهنی بود؛ اینکه آرد را نباید همیشه یک محصول عمومی و قابل جایگزینی دید.

ما در طراحی این کمپین تلاش کردیم درباره یک مفهوم تخصصی، به زبان ارتباطی قابل فهم و به یادماندنی صحبت کنیم؛ مفهومی که برای مدیر تولید، مسئول تحقیق و توسعه، متخصص کنترل کیفیت، مدیر خرید و سایر تصمیم‌گیران صنعت، به یک مسئله واقعی متصل باشد.

شعار «چرخ این آسیاب برای تو می چرخد» برای ما بیانگر همین تغییر زاویه نگاه است. قرار نیست آسیاب فقط محصولی عمومی تولید کند؛ قرار است نیاز و کاربرد مشتری در مرکز توجه قرار بگیرد. در واقع، این شعار تلاشی است برای تبدیل مفهوم «تخصص» به یک وعده ارتباطی؛ وعده‌ای که می‌گوید آردساز باید خود را با نیاز تولیدکننده هماهنگ کند، نه اینکه انتظار داشته باشد همه محصولات با یک راه حل ثابت ساخته شوند.

اهمیت این موضوع در بازار B2B، فقط به تبلیغات محدود نمی‌شود. در چنین بازاری، جایگاه ذهنی برند می‌تواند بر کیفیت رابطه، سطح اعتماد و حتی نحوه انتخاب تأمین‌کننده اثر بگذارد. بنابراین، کمپین محیطی برای ما یک نقطه تماس تبلیغاتی صرف نیست؛ بخشی از تلاش برای ساختن یک ادراک تازه از برند آرد میلاد و جایگاه آن در زنجیره ارزش صنایع غذایی است.

چرا آرد تخصصی می‌تواند مزیت رقابتی باشد؟

برای یک برند تولیدکننده شیرینی و شکلات، تمایز زمانی ارزشمند است که بتواند در تجربه واقعی محصول دیده شود. مصرف‌کننده نهایی شاید هرگز درباره نوع آرد مورد استفاده یک محصول فکر نکند، اما نتیجه انتخاب آن را در ویژگی‌هایی مانند بافت، ظاهر، یکنواختی و کیفیت احساس می‌کند.

از سوی دیگر، در سطح کارخانه، ثبات و پیش‌بینی‌پذیری اهمیت دوچندانی دارد. هر جا بتوان نوسان را کمتر و کنترل فرآیند را بیشتر

نوزدهمین نمایشگاه تخصصی شیرینی و شکلات تبریز؛ گذار از رکود به سوی معماری نوین در صنعت غذا

تبریز به خوبی نقش خود را به عنوان یک پلتفرم آموزشی و شبکه سازی برای مدیران تصمیم گیرنده باز تعریف کرده است. حضور فعال این ۳۵۰ متخصص در کنار غرفه های ماشین آلات، فضای تعاملی بسیار موثری برای شناسایی تکنولوژی های نوین و بررسی دقیق نیازمندی های تولید ایجاد کرد.

تحلیل محتوایی؛ چرا تبریز، قطب تغییر است؟

تحلیل دقیق وضعیت نمایشگاه نشان می دهد که این رویداد در حال «معماری مجدد» جایگاه نمایشگاه های استانی است. برگزاری نمایشگاه های تخصصی با تمرکز بر زنجیره تامین و ماشین آلات، راهکاری است که می تواند وابستگی مطلق فعالان صنعت به نمایشگاه های پایتخت را کاهش دهد.

نگاهی به وضعیت حضور خارجی

حضور شرکت های خارجی از سه کشور چین، فرانسه و ترکیه، پیام آور تعاملات دانش بنیان در سطح بین المللی است. انتقال تجربه، معرفی فناوری های بسته بندی نوین و آشنایی با الگوهای تولید جهانی، از دستاوردهای این همکاری های بین المللی است که مستقیماً به نفع برندهای ایرانی و توانمندسازی آن ها تمام می شود.

فرصت ها و چشم انداز آینده

برای تولیدکنندگان، مدیران خرید و سرمایه گذاران، این نمایشگاه فرصتی طلایی بود تا:

- تأمین کنندگان جدید را شناسایی کنند.
- تکنولوژی ها را با یکدیگر مقایسه و ارزیابی کنند.
- روندهای بازار (ترندهای بسته بندی و مواد اولیه) را پیش بینی کنند.
- مدیریت دقیق فضا و سازماندهی صنعتی، به همراه استقبال گسترده متخصصان، نویدبخش این است که نوزدهمین دوره نمایشگاه شیرینی و شکلات تبریز، نقطه آغازی برای برگزاری رویدادهای تخصصی تر و حرفه ای تر در سال های آتی باشد.

استراتژی «بازگشت به رقابت»

مدیر اجرایی نمایشگاه، جناب آقای علی اکبر علیان نژادی، به درستی بر این نکته تأکید داشتند که این رویداد، ویتروینی برای نشان دادن تداوم حیات اقتصادی است. در واقع، آنچه در تبریز رخ داد، «تجاری سازی دانش فنی» بود. این نمایشگاه ثابت کرد که صنعت شیرینی و شکلات ایران، علی رغم تمام چالش ها، با تکیه بر نوسازی ماشین آلات و ارتقای دانش کیفی مدیران، به شدت در مسیر رشد قرار دارد.

تبریز با این رویداد، الگوی جدیدی از «تمرکز دایی نمایشگاهی» را به نمایش گذاشت. اگر این مسیر با همین قدرت و کیفیت ادامه یابد، می توان انتظار داشت که در سال های آینده، سهم نمایشگاه تبریز از تحولات تکنولوژیک صنایع غذایی کشور به شکل قابل توجهی افزایش یابد و به مرجع اصلی برای تصمیم گیری های کلان این صنعت در منطقه تبدیل شود.

برگزاری نوزدهمین نمایشگاه تخصصی شیرینی و شکلات تبریز در تاریخ ۱۹ الی ۲۲ تیرماه ۱۴۰۵، فراتر از یک رویداد تقویمی، به مثابه ی یک «استراتژی بازگشت» برای صنعت غذای کشور تلقی می شود. در شرایطی که فضای اقتصادی کشور با چالش های مختلفی دست و پنجه نرم می کند، تبریز با میزبانی این رویداد، پیام روشنی را به فعالان این عرصه مخابره کرد: «چرخه ی اقتصاد صنعت غذای ایران نه تنها متوقف نشده، بلکه در حال نوسازی است.»

این نمایشگاه به عنوان یک کانون استراتژیک، با هدف هم افزایی توانمندی های بومی و ظرفیت های بین المللی برگزار شد و توانست به خوبی پویایی و تاب آوری صنعت شیرینی و شکلات را به نمایش بگذارد.

تحلیل ابعاد و مشارکت؛ نمایشگاهی با هویت صنعتی

نوزدهمین دوره این نمایشگاه با حضور ۵۲ شرکت کننده در فضایی به وسعت ۵۰۰۰ مترمربع برگزار شد که ۳۲۰۰ مترمربع آن فضای مفید غرفه سازی بود. تکیه بر «کیفیت حضور» به جای «کمیت محض»، از ویژگی های بارز این دوره بود. حضور بازیگرانی از کشورهای فرانسه، چین و ترکیه در کنار شرکت های معتبر داخلی از استان های تهران، البرز، اصفهان، خراسان رضوی، فارس، آذربایجان غربی، گیلان و خراسان جنوبی، نشان دهنده موقعیت ژئوپلیتیک و صنعتی تبریز به عنوان یکی از قطب های اصلی صنعت شیرینی و شکلات کشور است.

توزیع موضوعی شرکت کنندگان: اولویت با نوسازی خطوط تولید

تحلیل ترکیب مشارکت کنندگان نشان می دهد که نمایشگاه تبریز بیش از آنکه صرفاً ویتروینی برای محصولات نهایی باشد، محلی برای عرضه توانمندی های فنی و زیرساختی است. آمارها به شرح زیر است:

- ماشین آلات و تجهیزات (۳۶.۵٪): با ۱۹ شرکت، بیشترین سهم را به خود اختصاص داده است. این موضوع گویای عطش تولیدکنندگان برای نوسازی خطوط تولید و بهره گیری از فناوری های اتوماسیون است.
- مواد اولیه و افزودنی ها (۲۳.۱٪): با ۱۹ شرکت، زنجیره تأمین را به عنوان قلب تپنده کیفیت در محصولات نهایی برجسته کرده است.
- چاپ و بسته بندی (۱۱.۵٪): نقشی کلیدی در رقابت پذیری صادراتی ایفا می کند.

- محصولات نهایی و سایر بخش ها: سایر مشارکت کنندگان شامل برندهای محصولات غذایی، شرکت های بازرگانی و تجهیزات آزمایشگاهی بوده اند. این ترکیب هوشمندانه، پوشش کاملی از «زنجیره ارزش» صنعت شیرینی و شکلات را فراهم آورد؛ از تأمین مواد اولیه و ماشین آلات پیشرفته گرفته تا فرآوری و بسته بندی.

رویدادهای جانبی؛ تلاقی دانش فنی با بازار

یکی از نقاط قوت کلیدی نوزدهمین نمایشگاه شیرینی و شکلات تبریز، گذار از نگاه صرفاً تجاری به رویکرد «آموزش محور» بود. برگزاری دوره آموزشی ویژه مدیران فنی در روز بیستم تیرماه با حضور ۳۵۰ متخصص از ۳۵۰ واحد تولیدی، یک اتفاق کم نظیر بود. این اقدام که با حمایت و پشتیبانی مجموعه «آرد میلاد آذربایجان» انجام شد، به عنوان یک کاتالیزور برای ارتقای دانش فنی صنایع غذایی منطقه عمل کرد.

چنین رویدادهایی نشان می دهد که نمایشگاه

نمایشگاه تخصصی بین المللی صنعت
شیرینی و شکلات ایران - تبریز

19th Tabriz - Iran International Confectionery Fair

۱۹ الی ۲۲ تیرماه ۱۴۰۵، محل نمایشگاه های بین المللی تبریز

10-13 July, 2026 Tabriz Int'l Permanent Fairgrounds



ICF Tabriz 2026

اختر افروز؛

شریک استراتژیک تولیدکنندگان در زنجیره تأمین مواد اولیه



عملیاتی در ماه‌های اخیر اشاره کرد و گفت: «شرایط ناپایدار منطقه‌ای و محدودیت‌های لجستیکی در مسیرهای دریایی، فرآیند واردات را با پیچیدگی‌های مضاعفی مواجه کرده است.» وی کندی فرآیندهای ثبت سفارش و تخصیص ارز را از موانع اصلی برشمرد که در کنار بحران‌های منطقه‌ای، فشار بر تولیدکنندگان و واردکنندگان را دوچندان کرده است. با این حال، تعهد تیم اختر افروز به حمایت از تولید، مانع از بروز وقفه در خطوط تولید مشتریان شده است.

مدیرعامل اختر افروز با معرفی تبریز به عنوان قطب حیاتی صنعت شیرینی و شکلات ایران، حضور در این نمایشگاه را فرصتی استراتژیک برای هم‌افزایی با تولیدکنندگان دانست. وی تصریح کرد: «شعار ما "ما پایه‌گذار طعم‌های ماندگاریم" است؛ هدفی که سرلوحه تلاش ما برای ایفای نقش به عنوان یک شریک تجاری مطمئن و بلندمدت برای تمامی تولیدکنندگان صنایع غذایی کشور قرار گرفته است.»

اختر افروز با ارائه سبد کاملی از مواد اولیه تخصصی، همچنان مصمم است تا با تکیه بر شبکه تأمین معتبر و نگاه تخصصی، بستر پایداری تولید را برای صنایع داخلی فراهم سازد.

در نوزدهمین نمایشگاه تخصصی شیرینی و شکلات تبریز، حضور شرکت «اختر افروز» به عنوان بازوی استراتژیک تأمین مواد اولیه، مورد توجه فعالان صنعت قرار گرفت.

سرکار خانم **پانیذ بامداد**، مدیرعامل این مجموعه، در گفت‌وگو با نشریه شهد با تأکید بر اهمیت ثبات در زنجیره تأمین، از تعهد این مجموعه به حمایت بی‌وقفه از تولیدکنندگان صنعت غذا در شرایط دشوار اقتصادی خبر داد.

شرکت اختر افروز آر تاویل با مدیریت خانم بامداد، با تکیه بر دانش فنی و ارتباطات بین‌المللی، به تأمین مواد اولیه تخصصی نظیر انواع پودر و کره کاکائو (نچرال و آلکالایز)، جانشین‌های کره کاکائو، سوربیتول، لاکتوز و پودرهای خامه قنادی می‌پردازد. وجه تمایز این مجموعه، فراتر رفتن از یک تأمین‌کننده صرف است؛ ارائه مشاوره فنی برای دستیابی به بافت و طعم مطلوب، از خدمات کلیدی این شرکت به صنایع شیرینی، شکلات و لبنیات است تا تولیدکنندگان بتوانند کیفیت نهایی محصولات خود را به استانداردهای جهانی نزدیک کنند.

مهندس بامداد در تشریح چالش‌های موجود، به دشواری‌های

آرمان پردازان افشان البرز؛ حرکت به سوی بومی‌سازی فناوری چاپ و توسعه صادرات



مدیرعامل آرمان پردازان افشان البرز، خدمات ۲۴ ساعته و پشتیبانی مستمر را از مزیت‌های اصلی این مجموعه دانست و افزود: فعالیت شرکت تنها به صنایع غذایی محدود نیست، بلکه صنایع آرایشی و بهداشتی و حتی صنایع سنگین مانند تولید لenz و شیلنگ را نیز پوشش می‌دهد.

وی همچنین بر ظرفیت صادراتی شرکت تأکید کرد و عراق و افغانستان را از بازارهای فعلی دانست. به گفته خانم‌راد، برنامه اصلی مجموعه در سال پیش‌رو، ورود جدی‌تر به بازارهای پاکستان، ارمنستان و آذربایجان است.

آرمان پردازان افشان البرز با تمرکز بر نوآوری، خدمات تخصصی و توسعه فناوری داخلی، در تلاش است سهم بیشتری از بازار تجهیزات کدگذاری صنعتی را به دست آورد و به انتخابی مطمئن برای تولیدکنندگان تبدیل شود.

در حاشیه نوزدهمین نمایشگاه شیرینی و شکلات تبریز، شرکت «آرمان پردازان افشان البرز» با رویکردی فناورانه و بازارمحور، برنامه‌های خود را برای بومی‌سازی دستگاه‌های چاپ تاریخ و بارکد، ارتقای خدمات پشتیبانی و گسترش بازارهای صادراتی تشریح کرد.

رضا خانم‌راد، مدیرعامل این شرکت، با اشاره به تأسیس آرمان پردازان افشان البرز در سال ۱۴۰۲، گفت این مجموعه با پشتوانه ۲۳ سال تجربه فنی، فعالیت خود را در حوزه دستگاه‌های تخصصی چاپ تاریخ، بارکد و QR-code آغاز کرده و امروز در مسیر تبدیل شدن به یکی از بازیگران مؤثر این صنعت قرار دارد. به گفته او، این شرکت نماینده رسمی برند انگلیسی «آری‌کد» است که محصولات آن در چین مونتاژ می‌شود و بخشی از نیاز بازار داخلی را تأمین می‌کند.

خانم‌راد با معرفی محصولات فعلی شرکت، از دو مدل W700 و W800 نام برد و توضیح داد که مدل W700 به صورت کاملاً وارداتی عرضه می‌شود، اما در مدل W800 گام‌های مهمی برای طراحی و تولید داخلی برداشته شده است. او تأکید کرد که با وجود چالش‌های ژئوپلیتیکی و نوسانات نرخ ارز، هدف شرکت این است که تا سال آینده فرآیند مونتاژ و تولید کامل این دستگاه‌ها در داخل کشور تثبیت شود.

عهد کارکنان، ستون استوار نستله ایران در روزهای بحرانی

شیر خشک تولید می کنند، داوطلبانه و با اشتیاق در چهار شیفت کاری فعالیت می کردند.

این مدیر ارشد صنعت غذا، «فرهنگ سازمانی» را عامل اصلی این تداوم دانست و تأکید کرد که وقتی نیروی انسانی بداند نتیجه تلاش روزانه اش چه تأثیر مستقیمی بر سلامت جامعه و تغذیه نوزادان دارد، به معنای واقعی کلمه احساس ارزشمندی می کند. به گفته او، رهبری در شرایط بحران، نه با دستورات آمرانه، بلکه با درک و تقویت همین احساس تعهد و مسئولیت پذیری در کارکنان معنا می یابد.

بخش دیگری از سخنان سخانیان به چالش تصمیم گیری در سازمان های بزرگ اختصاص داشت. او با بیان اینکه آموزش های تئوریک به تنهایی برای تغییر رفتار سازمانی کافی نیست، به راهکار نستله برای ایجاد فرهنگ پاسخگویی اشاره کرد. نستله ایران با هدف کاهش تمرکز تصمیم گیری در سطوح بالا، کارکنان را تشویق کرده است تا در هر جایگاه شغلی، مسئولیت تصمیم های مرتبط با حوزه خود را بپذیرند.

مدیر عامل نستله ایران در پایان، ترویج فرهنگ «پذیرش اشتباهات سازنده» را کلید رشد سازمان خواند و افزود: «ما در نظام ارزشی خود، اشتباهات ناشی از تلاش و یادگیری را می پذیریم و تنها خطاهای ناشی از غفلت را مورد بازخواست قرار می دهیم. این رویکرد به کارکنان اطمینان می دهد که می توانند با مسئولیت پذیری عمل کنند و از تجربه های خود برای توسعه سازمان بهره ببرند.»

رویداد «سرمایه انسانی؛ از درد تا دگرگونی» که چهارشنبه هفتم مردادماه به همت «ایران تلنت» در اتاق بازرگانی ایران برگزار شد، صحنه روایت های الهام بخشی از مدیریت منابع انسانی در شرایط عدم قطعیت بود. در این میان، حضور الناز سخانیان، مدیر عامل نستله ایران و روایت او از مدیریت بحران در این شرکت غذایی، توجه بسیاری از فعالان صنعت غذا را به خود جلب کرد.

سخانیان با اشاره به ماهیت استراتژیک محصولات نستله، به ویژه شیر خشک، تصریح کرد که در دوران جنگ، مسئولیت شرکت تنها یک فعالیت تجاری نبود، بلکه رسالتی انسانی بر دوش تک تک کارکنان سنگینی می کرد. او گفت: «در حالی که نگران بودیم چگونه همکاران را برای حضور در محل کار متقاعد کنیم، در عمل مشاهده کردیم که انگیزه درونی آن ها بسیار فراتر از توقع ما بود. همکارانمان با این باور که برای فرزندان خود



اتحادیه قنادان تبریز؛ از ثبت جهانی «قرابیه» تا ارتقای استانداردهای صنعت شیرینی

است. «همچنین، این اتحادیه برای شهر یورماه امسال، جشنواره تخصصی «نوقا و ریس» را با حضور روسای اتحادیه های سراسر کشور برنامه ریزی کرده است.

با این وجود، رئیس اتحادیه قنادان تبریز نسبت به برخی کاستی های زیرساختی گلایه داشت. وی با انتقاد از وضعیت سیستم سرمایه های سالن های نمایشگاه بین المللی تبریز تأکید کرد: «محصولات قنادی به شدت به دما حساس هستند. در شأن تبریز نیست که نمایشگاه هایش با چنین مشکلات زیرساختی مواجه باشند؛ از مسئولین امر انتظار داریم برای رویدادهای آتی، تدابیر جدی تری بیندیشند.»

در پایان، صفری نمایشگاه های تخصصی را فرصتی طلایی برای هم افزایی دانست و گفت: «اتحادیه قنادان تبریز در تعامل مستمر با اتحادیه های سایر شهرها، از جمله تهران، برای آنالیز قیمت ها، تأمین بهینه مواد اولیه و انتقال تجربه پیش گام است. هدف نهایی ما، حفظ کیفیت برند «شیرینی تبریز» و باز کردن بازارهای

جهانی برای این صنعت اصیل است.»

این اقدامات نشان می دهد که قنادان تبریزی با تکیه بر سنت های اصیل و استفاده از آموزش های مدرن، مصمم هستند جایگاه خود را به عنوان سفیران طعم و کیفیت در بازارهای بین المللی تثبیت کنند.



تبریز، به عنوان قطب شیرینی و شکلات ایران، همواره نقشی محوری در توسعه این صنعت ایفا کرده است. در حاشیه نوزدهمین نمایشگاه بین المللی شیرینی و شکلات تبریز، حمید صفری، رئیس اتحادیه قنادان تبریز، ضمن تشریح ظرفیت های این کلان شهر، از تلاش های جدی این اتحادیه برای حفظ میراث فرهنگی و ارتقای جایگاه حرفه ای قنادان سخن گفت.

اتحادیه قنادان تبریز که قدمتی دیرینه از سال ۱۳۴۵ دارد، اکنون با مدیریت ۱۵۰۰ واحد صنفی دارای پروانه کسب، یکی از بزرگترین تشکلهای صنفی کشور محسوب می شود. صفری با تأکید بر رویکرد آموزشی این اتحادیه، تصریح کرد: «تبریز نخستین اتحادیه در سطح کشور است که با تأسیس آموزشگاه تخصصی، خدمات حرفه ای به اعضا و هنر جوین ارائه می دهد. ما تنها به جنبه صنفی فکر نمی کنیم، بلکه صیانت از میراث فرهنگی شهرمان اولویت ماست.»

یکی از افتخارات بزرگ این اتحادیه، ثبت ملی

«قرابیه» در سال ۱۳۴۰۱ بوده است. صفری با اشاره به کیفیت متمایز شیرینی های تبریز افزود: «دلیل برتری طعم شیرینی های ما، استفاده از مواد اولیه مرغوب منطقه نظیر بادام آذرشهر و تخم مرغ بومی است که در هیچ جای دیگر نمونه ندارد. اکنون هدف بلندمدت ما، ثبت جهانی قرابیه به عنوان پادشاه شیرینی های سنتی تبریز

شرکت صنعتی گلشهد نقش جهان (گروه عازم) به عنوان صنعت سبز کشوری توسط سازمان حفاظت محیط زیست برگزیده شد.

اقدامات محیط زیستی در مجموعه شرکت های خود تأکید دارد.
صنعت سبز؛ توسعه امروز، مسئولیت در قبال فردا.



در ارزیابی های انجام شده از سوی سازمان حفاظت محیط زیست کشور، شرکت صنعتی گلشهد نقش جهان، از مجموعه شرکت های گروه عازم، به عنوان صنعت سبز کشوری برگزیده شد.

این انتخاب، حاصل رویکرد مسئولانه و اقدامات مستمر شرکت صنعتی گلشهد نقش جهان در مسیر حفاظت از محیط زیست، کاهش آثار زیست محیطی فعالیت های صنعتی بخصوص پسماند های صنعتی، بهینه سازی مصرف منابع و انرژی با راه اندازی نیروگاه ۵۰ مگاوات انرژی خورشیدی و حرکت در مسیر توسعه پایدار است.

کسب این عنوان ارزشمند، نشان دهنده تعهد شرکت صنعتی گلشهد نقش جهان به رعایت الزامات و استانداردهای زیست محیطی و توجه همزمان به توسعه صنعتی و صیانت از سرمایه های طبیعی برای نسل های آینده است.

گروه صنعتی عازم این موفقیت را گامی مهم در مسیر تحقق رویکرد خود به توسعه پایدار می داند و بر تداوم برنامه ها و

فرآیند تجهیز؛ پیشرو در ارتقای استاندارد آزمایشگاه های صنایع غذایی

ورق آلات و قطعات الکترونیکی برای ساخت دستگاه ها با دشواری هایی همراه است. با وجود پتانسیل بالای صادرات به کشورهای نظیر عراق، افغانستان و آذربایجان، شرایط بحرانی منطقه، روند لجستیک و تحویل کالا به مشتریان خارجی را با محدودیت های جدی مواجه کرده است.

در ادامه، بهناز عابدینی، مدیر داخلی فرآیند تجهیز، با تأکید بر محوریت تحقیق و توسعه (R&D) در این مجموعه، تصریح کرد: «دانش علمی، ستون فقرات فعالیت های ماست. تیم فنی ما با بهره گیری از کارشناسان خبره شیمی و صنایع غذایی، در تعامل مستقیم با دانشگاه ها و نهادهای نظارتی همچون اداره استاندارد است تا پلی استوار میان پژوهش های دانشگاهی و نیازهای عملیاتی صنعت ایجاد کند.»

عابدینی همچنین با نگاهی مسئولانه به جایگاه این شرکت در مواقع بحرانی، افزود: «ما نسبت به آسیب های احتمالی به بخش های علمی در مناطق درگیر جنگ حساس هستیم و همواره آمادهایم تا با بازسازی و تجهیز مجدد آزمایشگاه های آسیب دیده، از تداوم فعالیت علمی و تولیدی صنعتگران حمایت کنیم.»

نمایشگاه شیرینی و شکلات تبریز برای شرکت فرآیند تجهیز، فرصتی طلایی جهت ارتباط مستقیم با صاحبان صنایع و نمایش دستاوردهای علمی بود. با تداوم این رویکرد علمی، فرآیند تجهیز قصد دارد علاوه بر تثبیت حضور خود در بازار داخلی، با عبور از موانع صادراتی، پرچم کیفیت تجهیزات ایرانی را در منطقه برافراشته نگه دارد.



در حاشیه نوزدهمین نمایشگاه شیرینی و شکلات تبریز، حضور شرکت «فرآیند تجهیز» به عنوان یکی از ارکان کلیدی در زنجیره تأمین تجهیزات آزمایشگاهی، توجه متخصصان و فعالان صنعت غذا را به خود جلب کرد. این شرکت که با اتکا به یک دهه تجربه تخصصی و آغاز فعالیت رسمی از سال ۱۳۹۷، توانسته است سهم قابل توجهی از بازار را از آن خود کند، اکنون جایگاه خود را به عنوان بازوی علمی صنایع غذایی تثبیت کرده است.

مهندس امید بابایی، مدیر عامل شرکت فرآیند تجهیز، در گفتگو با نشریه شهد با بیان اینکه این مجموعه هم اکنون بیش از ۷۰ درصد از واحدهای صنایع غذایی استان را تحت پوشش دارد، اظهار داشت: «تمرکز ما بر ارائه راهکارهای جامع برای آزمایشگاه های صنایع غذایی، آرایشی، بهداشتی و حتی صنایع حساس مانند فولاد است. سبد محصولات ما از شیشه آلات و مواد شیمیایی گرفته تا تجهیزات پیشرفته کنترل آفات، همگی با هدف تضمین کیفیت در تولید ارائه می شوند.»

بابایی با اشاره به چالش های موجود، به تأثیرات ژئوپلیتیک و بحران های منطقه ای بر زنجیره تأمین اشاره کرد و افزود: «تأمین



سیما فریدونی؛ دبیر تحقیق و توسعه شرکت آی سودا

بررسی ترکیبات، روش های تولید و کاربردهای اسانس سنتزی پرتقال در صنایع غذایی

پوست پرتقال که به عنوان یکی از فرآورده های جانبی میوه پرتقال شناخته می شود، به دلیل دارا بودن ترکیبات فرّار ارزشمند نظیر لیمونن، فلاونوئیدها و گلیکوزیدها، کاربردهای گسترده ای یافته است. این ترکیبات می توانند در ارتقای سلامت قلب و عروق و کاهش استرس اکسیداتیو مؤثر باشند. اسانس های استخراج شده از پوست پرتقال غنی از ترکیبات فعال شیمیایی هستند.

این مقاله به بررسی ترکیبات شیمیایی، روش های تولید، کاربردها، مزایا، محدودیت ها و آینده این دسته از طعم دهنده ها می پردازد.

مقدمه

پرتقال یکی از مهم ترین میوه های جهان است و رایحه آن در تولید اینبات، شکلات، نوشابه، ژله، لبنیات، آدامس و دارو کاربرد فراوان دارد. اسانس طبیعی پرتقال عمدتاً از پوست میوه استخراج می شود اما بدلیل:

هزینه بالا تولید

نوسان کیفیت

حساسیت به اکسیداسیون

محدودیت منابع

در بسیاری از محصولات از اسانس های سنتزی استفاده می شود.

ترکیبات شیمیایی موجود در رایحه پرتقال

رایحه پرتقال حاصل برهم کنش بیش از ۲۰۰ ترکیب فرار است.

محدودیت منابع طبیعی، نوسانات کیفیت و قیمت های بالای اسانس طبیعی موجب شده است که تولید اسانس های سنتزی اهمیت زیادی پیدا کند. اسانس سنتزی پرتقال با استفاده از ترکیبات شیمیایی و یا روش های زیستی طراحی می شود تا ویژگی های حسی مشابه اسانس طبیعی را ایجاد کند.

اسانس پرتقال یکی از پر مصرف ترین طعم دهنده ها در صنایع غذایی، نوشیدنی، دارویی و آرایشی است.

محدودیت منابع طبیعی، نوسانات کیفیت و قیمت های بالای اسانس طبیعی موجب شده است که تولید اسانس های سنتزی اهمیت زیادی پیدا کند. اسانس سنتزی پرتقال با استفاده از ترکیبات شیمیایی و یا روش های زیستی طراحی می شود تا ویژگی های حسی مشابه اسانس طبیعی را ایجاد کند.



در این روش از مخمرها، قارچ ها یا انزیم ها برای تولید ترکیبات معطر استفاده می شود به عنوان مثال

Yarrowia lipolytica

Candida tropicalis

۳- تخمیر میکروبی

برخی باکتری ها و قارچ ها قادرند پیش سازهای گیاهی را به ترکیبات معطر تبدیل کنند.

کاربردها

اسانس سنتزی پرتقال در صنایع زیر کاربرد دارد: آب نبات، دسر، ماست، بستنی، مکمل های غذایی، تافی، شکلات، نوشابه، آبمیوه، ژله

مزایا

قیمت مناسب، کیفیت ثابت، دسترسی آسان، پایداری حرارتی بالا، ماندگاری، امکان طراحی رایحه دلخواه

معایب

پیچیدگی کمتر نسبت به اسانس های طبیعی، نیاز به رعایت استاندارد های ایمنی استاندارد های جهانی استفاده از اسانس سنتزی باید مطابق مقررات زیر باشد:

FDA.

FEMA. ارزیابی ایمنی ترکیبات طعم دهنده برای مصرف مواد غذایی:

JECFA. کمیته مشترک کارشناسان سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد و سازمان جهانی بهداشت در زمینه افزودنی های غذایی:

Codex Alimentarius. استاندارد های بین المللی مواد غذایی:

آینده صنعت

تحقیقات جدید بر تولید اسانس پرتقال با استفاده از: بیوتکنولوژی، مهندسی متابولیک، سنتز سبز

نتیجه گیری:

اسانس سنتزی پرتقال بدلیل هزینه پایین، کیفیت یکنواخت و پایداری مناسب در برابر شرایط محیطی جایگاه مهمی در صنایع غذایی پیدا کرده است. با این حال، برای دستیابی به رایحه ای نزدیک به پرتقال طبیعی لازم است ترکیبات فرار مختلف با نسبت های دقیق و بر اساس مطالعات حسی و شیمیایی فرمولاسیون شوند.

دبیر تحقیق و توسعه شرکت آی سودا،

پژوهشگر برتر استان اذربایجان شرقی ۱۳۹۵، کارشناس علمی صنایع غذایی

ویژگی عطری	گروه شیمیایی	ترکیب
بوی اصلی پرتقال	ترپن	D-Limonene
سبز و تازه	ترپن	Myrcene
بوی گل	الکل	Linalool
لیمویی	آلدئید	CITRAL
مرکبات	آلدئید	Octanal
پرتقال تازه	آلدئید	Decanal
رایحه طبیعی پرتقال	سزکوئی ترپن	Valencene

جدول ۱. مهم ترین ترکیبات رایحه پرتقال

نقش هر گروه شیمیایی در رایحه پرتقال
ترپن ها: تشکیل دهنده بدنه اصلی رایحه (مانند لیمونن، والنسن)
آلدئیدها: ایجاد حس تازگی و بوی پوست پرتقال
استرها: ایجاد نت های شیرین و میوه ای
الکل ها: افزودن لطافت و رایحه گلی
کتون ها و لاکتون ها: افزایش ماندگاری و ایجاد عمق در رایحه (نقش مهمی در ایجاد طعم و عطرهای میوه ای، نارگیلی، کره ای، خامه ای، شیرین و آجیلی دارند)
شدیدترین و مؤثرترین رایحه های پرتقال مربوط به ترکیبات زیر می باشد:

اکتانال (Octanal)

واین لاکتون (Wine Lactone)

لینالول (Linalool)

دکانال (Decanal)

بتا-یونون (β -Ionone)

سیترونال (Citronellal)

بتا-سیننسال (β -Sinensal)

فرمولاسیون اسانس سنتزی پرتقال معمولاً از چندین گروه شیمیایی تشکیل می شود

ترپن ها، آلدئید ها، استرها، الکل ها، کتون ها

روش های تولید اسانس پرتقال

۱- سنتز شیمیایی

متداول ترین روش تولید اسانس سنتزی است که در آن ترکیبات آروماتیک به صورت شیمیایی ساخته و با نسبت های مشخص مخلوط می شود

مزایا:

قیمت پایین، کیفیت یکنواخت، تولید انبوه

۲- سنتز زیستی



محمد علی شریف
رئیس شورای سیاستگذاری نشریه شهید



از تبلیغات حسی تا دنیای دیجیتال؛ هنر جذب مشتری در صنعت شیرینی و شکلات نوین

صنعت شیرینی و شکلات را می‌توان یکی از معدود حوزه‌های اقتصادی دانست که در آن «کالای مصرفی» مرزهای بیولوژی و روان‌شناسی را درمی‌نوردد و به یک «تجربه حسی تام» بدل می‌شود. در بازار پرشتاب و اشباع‌شده کنونی، دیگر کیفیت ماده اولیه یا طعم استاندارد به تنهایی ضامن فروش نیست؛ آنچه تعیین‌کننده سهم بازار برنده‌هاست، تسلط بر تقاطع «بازاریابی حسی» (Sensory Marketing) و «زیست‌بوم دیجیتال» (Digital Ecosystem) است.

در این میان، رویدادها و نمایشگاه‌های بین‌المللی تخصصی — از نمایشگاه ISM کلن گرفته تا نمایشگاه بین‌المللی شیرینی و شکلات تهران — به عنوان صحنه نمایش زنده این دگرگونی استراتژیک عمل می‌کنند. در این گزارش تحلیلی، به بررسی پیوند ابزارهای نوین جذب مشتری، مصادیق عملی در برندهای پیشرو جهانی و بومی، و کاربرست آن‌ها در غرغه آرای و رویدادهای تخصصی می‌پردازیم.

در این میان، رویدادها و نمایشگاه‌های بین‌المللی تخصصی — از نمایشگاه ISM کلن گرفته تا نمایشگاه بین‌المللی شیرینی و شکلات تهران — به عنوان صحنه نمایش زنده این دگرگونی استراتژیک عمل می‌کنند. در این گزارش تحلیلی، به بررسی پیوند ابزارهای نوین جذب مشتری، مصادیق عملی در برندهای پیشرو جهانی و بومی، و کاربرست آن‌ها در غرغه آرای و رویدادهای تخصصی می‌پردازیم.



حضور در بستر دیجیتال و نبض شبکه‌های اجتماعی
دیجیتال مارکتینگ در صنعت شکلات مدرن، صرفاً تبلیغات بنری نیست؛ بلکه خلق روایت‌های قابل اشتراک‌گذاری (Shareable Experiences) است:

- شخصی‌سازی مقیاس پذیر: برند نوتلا (Nutella - فرو) کمپین «اسم خود را روی شیشه بگذارید» را از وب‌سایت تا قفسه فروشگاه‌ها امتداد داد و نشان داد که چگونه چاپ سفارشی و تعامل آنلاین، ارزش هیجانی کالا را چند برابر می‌کند.
- موج شکلات‌های نوظهور و ترندهای تیک‌تاک: پدیده جهانی شکلات مغزدار پیستاشیو (معروف به شکلات دبی - Fix Dessert Chocolatier) نمونه بارزی از تلفیق بسته‌بندی، شکستن پرسر و صدای بافت کادایف و ترندسازی در اینستاگرام و تیک‌تاک بود که نشان داد بدون تبلیغات ATL سنتی نیز می‌توان تقاضای جهانی میلیونی ساخت.

معماری حواس؛ فراتر از چشایی در بازاریابی شیرینی و شکلات

بازاریابی حسی در صنعت قنادی و شکلات‌سازی، هنر بیدار کردن اشتها‌های مخاطب پیش از باز شدن لفاف محصول است. ذهن انسان



بازدیدکننده متخصص و عام موفق ترند، دقیقاً از این تلفیق استفاده می‌کنند:

- غرفه‌سازی مبتنی بر رایحه (Scent Marketing): پخش بوی ملایم دانه کاکائو یا وانیل در فضای غرفه که بلافاصله خستگی سالن‌های نمایشگاهی را زدوده و بازدیدکننده را متوقف می‌کند.
- شوکیس‌های زنده (Live Kitchen / Chocolatier Show): حضور مستر مسترهای شکلات‌ساز برای شکل‌دهی زنده شکلات و تزئین شیرینی‌ها در برابر چشم مخاطب که همزمان قابلیت لایو اینستاگرامی و



تولید محتوای نمایشگاهی ایجاد می‌کند.

- ایستگاه‌های تست هوشمند و اینستاگرامی (Photo Booths): ایجاد نقاط عکاسی جذاب با نورپردازی متناسب و ارائه سمپلینگ‌های جذاب که بازدیدکننده را تشویق به استوری گذاشتن و تگ کردن پیج برند می‌کند.

- تکنولوژی‌های واقعیت افزوده (AR) در سمپلینگ: اسکن بسته‌بندی‌های نمونه در غرفه و مشاهده کاتالوگ سه بعدی و ترکیبات محصول به شکلی مدرن و بدون نیاز به کاتالوگ‌های کاغذی سنتی.

نسخه برنده در بازار آینده

صنعت شیرینی و شکلات دیگر در انحصار "فرمولاسیون خوب" نیست. امروز برند برنده، برندی است که بتواند طعم را بشنوند، لذت را به تصویر بکشد و تعاملی دوطرفه در بستر شبکه‌های اجتماعی خلق کند. آینده این صنعت به مدیران مارکتینگش تعلق دارد که تفاوت میان یک «شکلات ساده» و یک «لحظه جادویی» را به درستی درک کرده و آن را در کمپین‌های دیجیتال، بسته‌بندی‌ها و غرفه‌های نمایشگاهی خود به نمایش بگذارند.



- هوش مصنوعی و زنجیره شفافیت: نسل Z به اصالت اهمیت می‌دهد. برند تونی شکلاتونلی (Tony's Chocolonely) با استفاده از کدهای QR هوشمند، داستان کامل مزارع کاکائو، عدم استفاده از کار کودک و ردیابی زنجیره تأمین را در بستر دیجیتال به خریدار عرضه می‌کند.

بررسی مصادیق موفق در صنعت شیرینی و شکلات ایران

تولیدکنندگان بزرگ ایرانی در سال‌های اخیر هوشمندانه مرزهای تبلیغات سنتی را به سمت کمپین‌های حسی-دیجیتال جابه‌جا کرده‌اند:

- فرمند (Farmand): تمرکز بر تمایزهای طعمی و بصری، به‌ویژه در لاین شکلات‌های تلخ و کرم کاکائوها، با تصویربرداری‌های مدرن فوکوس بر بافت محصول و پیام‌های احساسی دورهمی و نوستالژی.

- شیرین عسل (Shirin Asal): بهره‌گیری از وسعت سبد کالایی و راه‌اندازی کمپین‌های دیجیتال یکپارچه، تغییر رویکرد در تبلیغات محیطی و هدایت مخاطب به فروشگاه‌های زنجیره‌ای اختصاصی با هویت بصری یکپارچه.

- شونیز (داداش برادر): تلفیق حس نوین و نوستالژی و اصالت با طراحی بسته‌بندی‌های مدرن و تبلیغات دیجیتال مبتنی بر هدیه‌دادن و احترام به سنت‌های ایرانی و استانداردهای جهانی در کنار تنوع محصولی و کیفیت شکو و یفرها و ...

- کاله / بون مادو و برندهای لوکس نوظهور: ورود پر قدرت به بازار دسرهای شیری-شکلاتی و شکلات‌های دست‌ساز (Artisan) با رویکرد بازاریابی محتوایی باکیفیت و فوکوس بر استانداردهای جهانی و سلامت‌محوری.

۴. تجلی تبلیغات حسی و دیجیتال در غرفه‌های نمایشگاهی

نمایشگاه‌های تخصصی (مانند نمایشگاه بین‌المللی شیرینی و شکلات تهران) ویرین عملیاتی این تکنیک‌ها هستند. غرفه‌هایی که در جذب

مرور مالیاتی شهید؛ دانستنی‌های کاربردی برای فعالان اقتصادی و صنعت غذا



تحولات مستمر و پرشتاب در سامانه‌های نظارتی، تکالیف مالیاتی و بخشنامه‌های اقتصادی، انضباط مالی را به یکی از بنیادی‌ترین ارکان بقای بنگاه‌ها تبدیل کرده است. در این شماره، ضمن بررسی آخرین مصوبات هیئت وزیران، مقررات جدید دادرسی و سامانه‌های نوین بانکی، راهنمای گام به گام ارسال اظهارنامه عملکرد ۱۴۰۴ و پرونده ویژه تکالیف صنعت غذا و کترینگ‌ها را به صورت کاربردی مرور می‌کنیم.

۱. ۳ گام حیاتی پیش از ارسال اظهارنامه عملکرد سال ۱۴۰۴

با توجه به انتشار پیش نویس دستور العمل مالیات مقطوع عملکرد سال ۱۴۰۴ صاحبان مشاغل در اجرای تبصره ماده (۱۰۰) قانون مالیات‌های مستقیم و پیش‌بینی اظهارنامه برآوردی پیش فرض برای گروه‌های اول، دوم و سوم ماده (۹۵)، مؤدیان باید پیش از ورود به فرآیند تسلیم، ۳ مرحله زیر را به ترتیب طی کنند:

• **گام اول؛ مسیر ایجاد اظهارنامه:** فرآیند ثبت و ایجاد اظهارنامه سال ۱۴۰۴ صرفاً از طریق کارپوشه سامانه مؤدیان به نشانی tp.tax.gov.ir انجام می‌شود.

• **گام دوم؛ تأیید اعضا و شرکا در پرونده:** پیش از آغاز فرآیند، مؤدیان موظف‌اند به پرتال ثبت نام الکترونیک سازمان به نشانی rg.tax.gov.ir مراجعه کرده و با ورود به بخش ویرایش پرونده، عضویت و سهم تمامی اعضا و شرکا را به صورت سیستمی تأیید نهایی نمایند.

• **گام سوم؛ تهیه خروجی حساب‌های بانکی:** استخراج گزارش کامل گردش تمامی حساب‌های بانکی متصل به فعالیت تجاری شامل مانده اول دوره، مجموع گردش بدهکار، مجموع گردش بستانکار و مانده پایان دوره پیش از ارسال الزامی است تا ارقام اظهارنامه با تراکنش‌های شبکه بانکی مطابقت داشته باشد.

۲. فرصت‌ها و فرآیند دادرسی مالیاتی برابر ماده ۲۳۸ ق.م.م

فرآیند رسیدگی و اعتراض به برگ تشخیص بر اساس ماده ۲۳۸ قانون مالیات‌های مستقیم در پنج گام کلیدی و مواعد مشخص جریان می‌یابد:

- **ابلاغ برگ تشخیص:** آغاز رسمی مهلت اعتراض از تاریخ درج در کارپوشه یا ابلاغ رسمی.

- **مهلت ۳۰ روزه اعتراض:** مؤدی دقیقاً ۳۰ روز تقویمی از تاریخ ابلاغ فرصت دارد تا اعتراض کتبی یا الکترونیکی خود را ثبت کند.

- **ارائه دلایل و مستندات:** پیوست مدارک مثبت و دفاعیه مستدل هم‌زمان با ثبت تقاضا.

- **رسیدگی مجدد (حداکثر ۴۵ روز):** مسئول مربوطه مکلف است ظرف حداکثر ۴۵ روز به موضوع رسیدگی و اعلام نظر کند.

- **پایان فرآیند رسیدگی اداری:** در صورت توافق، پرونده مختومه و قطعی می‌شود؛ در غیر این صورت، با عدم پذیرش یا توافق نسبی، پرونده به هیأت‌های حل اختلاف مالیاتی ارجاع می‌گردد.

نکته مهم: مهلت ۳۰ روزه دادرسی قطعی و غیرقابل اغماض است؛ نگرش اعتراض باید کاملاً فنی، مستند به مواد قانونی و با مدارک حسابداری روشن باشد.

تنظیم و گردآوری: معصومه نیکدل (کارشناس مالی و حسابداری نشریه شهید)

- برگ تشخیص برآوردی (ماده ۹۷): در صورت عدم تسلیم اظهارنامه اصلی، سازمان اظهارنامه برآوردی صادر می‌کند. شرط دادرسی ماده ۲۳۸، تسلیم اظهارنامه توسط مودی ظرف ۳۰ روز از ابلاغ است. این اقدام مانع از اعمال جرایم اولیه عدم تسلیم نخواهد بود.
- عدم اقدام در مهلت ۳۰ روزه: چنانچه برگ برآوردی ابلاغ قانونی شده باشد و مودی اقدامی نکند، برگ در حکم «معتراض» شناخته شده و رأساً وارد فرآیند ماده ۲۳۸ و هیأت‌ها می‌گردد.
- استثنائات و مودیان غیرفعال: در صورت عدم درج عبارت «ماده ۹۷» در برگ تشخیص یا وجود نقص فنی سیستمی، تسلیم اظهارنامه شرط رسیدگی نیست. همچنین ادعای عدم فعالیت شرکت/واحد صنفی نیازی به اظهارنامه نداشته و توسط هیأت حل اختلاف یا قرار کارشناسی احراز می‌گردد.

۶. تازه‌های ارزی و حقوق بازنشستگی

- دستور اصلاح دستورالعمل تسعیر ارز: به دنبال اعتراضات گسترده بخش تولید و صادرات پیرامون شناسایی سودهای غیر واقعی ناشی از تورم و تسعیر ارز، معاون اول رئیس‌جمهور دستور بازنگری و اصلاح فوری دستورالعمل مربوطه را به وزیر امور اقتصادی و دارایی صادر کرد.
- پیشنهاد تغییر مبنای حقوق بازنشستگی: طرح پیشنهادی سازمان تأمین اجتماعی برای محاسبه مستمری بر مبنای ۵، ۱۰ یا ۳۰ سال آخر (به جای ۲ سال پایانی) با هدف جلوگیری از فرار بیمه‌ای از سال ۱۴۰۸ مطرح شده که به دلیل حساسیت برای جامعه ۴۷ میلیونی بیمه‌شدگان، فعلاً در کمیسیون اجتماعی مجلس در مرحله کارشناسی قرار دارد و نهایی نشده است.

۷. تمدید مهلت اظهارنامه مالیاتی مشاغل تا پایان آبان ۱۴۰۵

سازمان امور مالیاتی کشور از تمدید مهلت تسلیم اظهارنامه مالیات بر درآمد صاحبان مشاغل، فرم مالیات مقطوع تبصره ماده (۱۰۰) قانون مالیات‌های مستقیم و پرداخت مالیات عملکرد سال ۱۴۰۴ تا پایان آبان ماه ۱۴۰۵ خبر داد.

۳. تمدید مواعد قانونی مصوب هیئت وزیران تا پایان شهریور

برابر تصویب‌نامه شماره ۴۸۱۷۴/ت ۶۵۸۸۲ مورخ ۱۴۰۵/۰۵/۱۴ هیئت وزیران (ابلاغی از سوی معاون اول رئیس‌جمهور)، به دلیل شرایط اضطرار و مدیریت بهینه امور ناشی از شرایط جنگی و تحولات جاری، کلیه مهلت‌های مندرج در قوانین و مقررات که موعد آن‌ها به اتمام رسیده یا تا پایان شهریور ماه ۱۴۰۵ خاتمه می‌یابد، تا انتهای شهریور ماه ۱۴۰۵ تمدید شد. این مصوبه شامل تمامی دستگاه‌های اجرایی، سازمان امور مالیاتی و تکالیف وابسته به مواعد دادرسی و تسلیم اسناد است.

۴. متمرکزسازی نظارت بر شبکه بانکی با سامانه «حسام»

بانک مرکزی با راه‌اندازی سامانه متمرکز «حسام»، مدیریت یکپارچه حساب‌های اشخاص حقیقی را به صورت غیر حضوری عملیاتی کرد:

- رویت و بستن غیر حضوری: امکان تفکیک حساب‌های فعال از راکد، انتقال مانده به حسابی واحد و بستن حساب‌های مازاد.
- کاهش ریسک‌های مالیاتی و حقوقی: جلوگیری از سوءاستفاده، پیشگیری از پدیده اجاره حساب و تفکیک تراکنش‌های شخصی از تجاری.
- استعلامات تعهدات: ارسال درخواست بستن حساب منوط به نبود چک برگشتی، تعهدات تسهیلاتی، مسدودی یا احکام قضایی است.

۵. ریزه‌کاری‌های ماده ۱۲ دستورالعمل جامع دادرسی مالیاتی

ماده ۱۲ دستورالعمل دادرسی مالیاتی قواعد دقیق اعتراض و تفکیک صلاحیت‌ها را معین کرده است:

- روش‌های ثبت: ۱. تسلیم کتبی در قبال اخذ رسید ۲. پست سفارشی (تاریخ تسلیم به پست، تاریخ مرجع است) ۳. ثبت در سامانه الکترونیکی مودیان.

- تفکیک مرجع صالح: اداره مالیاتی «خدمات مودیان» مرجع اعتراض به اصل تشخیص است؛ اما پس از صدور برگ اجرایی، مرجع صالح «اداره وصول و اجرا» خواهد بود. اعتراض توسط وکیل یا قیم نیز صرفاً با پیوست مدارک اثبات سمت پذیرفته می‌شود.



تلخی‌های صنعت شیرینی و شکلات پشت ویتترین مقاومت؛ سقوط صادرات ۱ میلیارد دلاری زیر تیغ موانع ارزی، بحران آرد و زنجیره پرهزینه تأمین

ضیافت هیأت‌مدیره اتحادیه شیرینی و شکلات در نشست با تعدادی از خبرنگاران در هتل اسپیناس، به پرده‌برداری از چالش‌های طاقت‌فرسای این صنعت انجامید. اعضای هیأت‌مدیره با اشاره به سقوط صادرات از سقف یک میلیارد دلار و افزایش چندبرابری قیمت نهاده‌ها، نسبت به پیامدهای مخرب مقررات فعلی و سیاست‌های ارزی هشدار دادند.

پوشش نداد. به گفته وی، فشار فلج‌کننده سرمایه در گردش ناشی از تورم بی‌سابقه، توان واحدهای تولیدی کوچک‌تر را تحلیل برده و برخی را ناگزیر از کاهش تولید کرده است. قلندرلکی اعمال افزایش قیمت ۱۵ تا ۳۰ درصدی کالاها را نه یک سیاست تجاری، بلکه واکنشی حداقلی برای بقا در برابر جهش تصاعدی قیمت نهاده‌های اصلی دانست؛ رویکردی که بار تحمیلی بهای تمام‌شده را تا حدی جبران می‌کند اما خطر ریزش تقاضای مصرف‌کننده داخلی را به همراه دارد.

سقوط آزاد از رؤیای ۱ میلیارد دلاری صادرات و مسدودسازی

مسیر ارزآوری

انتقاد محوری نشست پیرامون افول چشمگیر صادرات این صنعت بود؛ جایی که فرهاد تاجیک، عضو هیأت‌مدیره و رئیس کمیسیون بازرگانی اتحادیه، نقدهای تندی را نسبت به چرخه تجارت خارجی مطرح کرد. وی متذکر شد صنعتی که در سال‌های گذشته تا سقف یک میلیارد دلار برای کشور ارزآوری غیرنفتی داشت، اکنون به دلیل سیاست‌های سخت‌گیرانه، بوروکراسی تعهدات ارزی و جهش‌های غیرمنطقی هزینه‌های لجستیک با افت ملموس صادرات در تمام گروه‌ها روبه‌روست.

تاجیک با اشاره به از دست رفتن بازارهای سودآور حوزه خلیج فارس (GCC) و امارات تأکید کرد که انقباض این بازارها نتیجه مستقیم غفلت از مؤلفه‌های رقابت‌پذیری است. وی همچنین نسبت به انفجار قیمت آرد به عنوان ماده اولیه بنیادین صنعت هشدار داد و تصریح کرد قیمت آرد صنعتی در مواردی تا دو برابر افزایش یافته و فاصله گرفتن معنادار نرخ داخلی‌گندم از نرخ‌های بین‌المللی، شمشیر را برای مزیت رقابتی صادرات از رو بسته است؛ اتفاقی که با آغاز نیمه دوم سال، واحدهای تولیدی را بر سر دوراهی سخت افزایش مجدد قیمت‌ها یا توقف توسعه قرار می‌دهد.



صنعت بیسکویت، شیرینی و شکلات ایران که همواره به عنوان یکی از موفق‌ترین و پویاترین صنایع بخش خصوصی کشور و پرچم‌دار صادرات غیرنفتی شناخته می‌شود، این روزها در تلاقی بحران‌های تحمیلی منطقه‌ای و سوءمدیریت‌ها، روزهای پرتلاطمی را پشت سر می‌گذارد. در همین راستا، ضیافت هیأت‌مدیره اتحادیه در هتل اسپیناس تهران که با هدف تقدیر از خبرنگاران به مناسبت روز خبرنگار (با اندکی تأخیر) برگزار شد، به تریبونی صریح برای پرده‌برداری از فشارهای طاقت‌فرسای حاکم بر این صنعت تبدیل شد؛ نشستی که اعضای هیأت‌مدیره اتحادیه صنفی صنایع بیسکویت شیرینی و شکلات در آن تصویری شفاف و توأم با نقدهای ساختاری از وضعیت این صنعت ترسیم کردند؛ صنعتی که با وجود ایفای تعهد در تأمین سبد غذایی جامعه، اکنون با موانع ساختاری متعددی روبه‌روست.

صنعت بیسکویت، شیرینی و شکلات ایران که همواره به عنوان یکی از موفق‌ترین و پویاترین صنایع بخش خصوصی کشور و پرچم‌دار صادرات غیرنفتی دارای ارزش افزوده شناخته می‌شد، این روزها در تلاقی بحران‌های تحمیلی منطقه‌ای و سوءمدیریت‌ها و بخشنامه‌های خلق الساعه داخلی، روزهای پرتلاطمی را پشت سر می‌گذارد. در نشست خبری اعضای هیأت‌مدیره اتحادیه با اصحاب رسانه در هتل اسپیناس تهران، تصویری شفاف و توأم با نقدهای ساختاری از وضعیت این صنعت ترسیم شد؛ صنعتی که با وجود ایفای تعهد در تأمین سبد غذایی جامعه، با موانع خودساخته روبه‌روست.

سنگینی بار سرمایه در گردش و گرانی اجتناب‌ناپذیر ناشی از تورم مواد اولیه

محمد تقی قلندرلکی، دبیر اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان بیسکویت، شیرینی و شکلات، با یادآوری نقش حیاتی این صنعت در امنیت غذایی و قرار گرفتن این اقلام در وعده‌های صبحانه و میان‌وعده خانوار، از استمرار تولید در شرایط بحرانی تجلیل کرد؛ اما نقدهای ساختاری به زنجیره هزینه‌ها را





ورزید که بازگشت رونق صادراتی در گرو حذف مجوزهای غیر ضروری و اعطای آزادی عمل به تولیدکنندگان واقعی است.

مقاومت خطوط تولید به بهای هزینه‌های گزاف دو تاسه برابری

طاهره سخت‌باز، عضو هیأت‌مدیره اتحادیه، با نگاهی به لایه‌های پنهان تولید در شرایط اضطرار، از تحمیل هزینه‌های نجومی لجستیک بر کارخانه‌ها پرده برداشت. او تصریح کرد که اختلال در شریان‌های بندری و گمرکی، تولیدکنندگان را مجبور کرده برای جلوگیری از خوابیدن چرخ خطوط تولید و حفظ اشتغال کارگران، بارها مواد اولیه را از مسیرهای فرعی (ترکیه، پاکستان و مسیرهای زمینی طولانی) با نرخ‌هایی معادل دو تاسه برابر قیمت معمول تأمین کنند.



سخت‌باز تأکید کرد که تاب‌آوری کنونی صنعت نباید باعث شود نهادهای متولی از وظایف خود در روان‌سازی استانداردهای وارداتی و یکپارچه‌سازی تسهیلات تولید غافل شوند، چراکه ظرفیت پرداخت چنین هزینه‌های مازادی از سوی بنگاه‌ها بی‌انتها نخواهد بود.

هشدار صریح به سیاست‌گذاران اقتصادی

مجموعه مباحث مطرح‌شده از سوی هیأت‌مدیره اتحادیه صنایع بیسکویت، شیرینی و شکلات ایران در این گردهمایی خبری، حاکی از آن است که ویترین رنگارنگ این صنعت با وجود نمایشگاه پیش‌رو و حفظ اشتغال، پشت‌صحنه‌ای نگران‌کننده دارد. هشدار صریح فعالان بخش خصوصی آشکار می‌کند که اگر زنجیره سیاست‌گذاری ارزی، شیوه قیمت‌گذاری نهاده‌هایی همچون آرد و محدودیت‌های ثبت سفارش و صادرات بازنگری اساسی نشود، این صنعت مزیت رقابتی خود را به رقبای منطقه‌ای واگذار کرده و پیامدهای این فرسایش در قالب گرانی‌های جدید و افت سطح تولید در بازار داخل نمایان خواهد شد.

وابستگی وارداتی، تله رقابت منطقه‌ای و سرمایه‌گذاری‌های بر باد رفته

احسان بایرامی، دیگر عضو هیأت‌مدیره اتحادیه و از مدیران با سابقه این صنعت، انگشت اتهام را به سمت موانع لجستیکی و فرسایش قدرت رقابت با رقبای منطقه‌ای نشانه رفت. وی با اشاره به اینکه ۶۰ تا ۷۰ درصد مواد اولیه شکلات متکی به واردات است، از هزینه‌های سرسام‌آور ناشی از محدودیت‌ها گلایه کرد.



بایرامی با تبیین رقابت مستقیم ایران با ترکیه در بازارهای فرامرزی تأکید کرد که تولیدکننده ایرانی به دلیل محدودیت‌های تجاری، هزینه‌های بازاریابی مکرر و از دست رفتن دسترسی‌های مستقیم، بار سنگین قیمت تمام‌شده را به دوش می‌کشد. او انتقاد کرد که سرمایه‌گذاری‌های سنگین و طولانی مدت صنعت در بازارهای حوزه خلیج فارس و نمایشگاه‌های تراز اولی نظیر گلفود دبی، تحت الشعاع تحولات و تنگناها کارکرد خود را از دست داده و صنعت مجبور شده با هزینه‌هایی مضاعف به دنبال بازارهای جایگزین در حوزه CIS و شرق آسیا برود.

آمادگی برای مواد اولیه آزاد؛ فریاد بخش خصوصی علیه مقررات مخل

حسن گرچی، عضو هیأت‌مدیره اتحادیه، با لحنی انتقادی سیاست‌های پارانهای ناکارآمد و مداخله جویانه را زیر سوال برد و گفت: «صنعت شیرینی و شکلات آمادگی دارد تمام مواد اولیه مورد نیاز خود را به نرخ آزاد تأمین کند، مشروط به آنکه دولت دست از وضع مقررات مخل و دست‌وپاگیر بردارد».



وی با یادآوری پدیده قاچاق کالاهایی نظیر روغن صنعتی به پاکستان ناشی از خطاهای سیستمی قیمت‌گذاری، خواستار واگذاری کامل سازوکارهای تأمین و توزیع به بخش خصوصی شد و بر این نکته اصرار

درینا دوو

خوشمزه دوتایی



Dornaland1344
Dorina.chocolate



www.Dorna-co.com



ویفر ترد
و خوشمزه



کرم مغزی
شیری شکلاتی



دو کارت ویفر
در هر بسته


دورینا
با عشق

فَرَشْتَه‌بَهار

تولیدکننده انواع جعبه‌های
قنادی، کافه، شیرینی، آجیل و شکلات



طراحی خاص
و اختصاصی



کیفیت بالا
و متریکال ممتاز



متناسب با نیاز
شما



چاپ و بسته‌بندی
حرفه‌ای

زیبایی در بسته‌بندی
ماندگاری در ذهن



۶۶۶۴۴۲۵۹۵۳



۲۲/۱۰۲۲-۱



www.fereshtebaharco.com



[fereshtebaharco](https://www.instagram.com/fereshtebaharco)



۰۲۱-۵۵۰۹۱۰۸۸

جعبه‌هایی زیبا برای لحظاتی شیرین ...



آروین تجارت صندوقچیان

آروین تجارت، فرا تر از تامین

راهکارهای یکپارچه برای صنایع شکلات، شیرینی، بیکری و قهوه

.....

مواد اولیه | ماشین آلات و تجهیزات | خدمات فنی و مشاوره



ما فقط تامین کننده نیستیم....

ما همراه شما در مسیر تولید و سودآوری هستیم.



همکاری با برندهای
معروف بین المللی



کیفیت تضمین شده
و استاندارد جهانی



تیم متخصص و
پاسخگو



سرعت در تامین
و تحویل



تعهد به کیفیت، شفافیت
و همکاری بلند مدت

☎ ۰۹۹۰۷۰۳۰۸۹۷
☎ ۰۲۱۴۶۰۴۹۱۳۱

🌐 www.Sandoughchian.com
@ Sales@Sandoughchian.com





اروین تجارت صندوقچیان

آروین تجارت، فرا تر از تامین

پودر کاکائو OLAM-MACAO، محصول کشور اسپانیا



عطر ماندگار



طعمی واقعی



رنگ طبیعی



فروش پروفورمایی و ریالی

☎ ۰۹۹۰۷۰۳۰۸۹۷



www.Sandoughchian.com

☎ ۰۲۱۴۶۰۴۹۱۳۱



Sales@Sandoughchian.com



طعم آوران میثاق تنها نماینده انحصاری طعم دهنده IPRA FRANCE در سراسر ایران

وارد کننده و تامین انواع اسانس های

خوراکی، آشامیدنی، تنباکویی و محصولات بهداشتی

از کشور فرانسه



ipra_france_iran

www.ipra-tamavaransmisagh.com

mitra.mafakheri@tamavaransmisagh.com

0912 3803571 / 021 86190613 / 02186190725

تهران، خیابان سنایی، تقاطع خدیری، ساختمان اداری آریا

پلاک 124، طبقه دوم، واحد 15



قدرت نهفته شما

در محصولات ما



پکتین



کاراگینان



سی.ام.سی



آگار آگار



زانتان گام



ژلان گام

شرکت بازرگانی ماهان گروه ماهور

وارد کننده تخصصی هیدروکلوئیدها و صمغ‌های صنایع غذایی، دارویی، آرایشی و بهداشتی

MAGMA
MAGMA PVT.LTD

نماینده‌گی الحاضری شرکت هانیت اتریش

Hanit
The Power of Ingredients

۰۲۱-۴۴۲۹۷۴۳۱-۲

۰۲۱-۴۴۳۸۸۳۷۴

www.magmaff.com



ZIBA NAGHSH

چاپ زیبا نقش
ZIBANAGHSH PRINT

Printing various type of multi layer packaging wrappers
چاپ انواع لفاف های بسته بندی چند لایه

www.zibanaghshpack.com
sales@zibanaghshpack.com
@zibanaghshpack
Tel: 041-51350000
Tel: 021-88799001





رایاشیمی پارسیان

تولید کننده بی کربنات سدیم
(جوش شیرین) و گاز کربنیک (CO_2)

RAYASHIMI
P A R S I A N



- واحد نمونه صنعتی در سال ۱۴۰۴
- کار آفرین نمونه در سال ۱۴۰۰
- واحد نمونه و منتخب استان خراسان رضوی از طرف اداره استاندارد از سال ۱۴۰۲ تا کنون
- واحد نمونه بهداشت حرفه ای و ایمنی کار در سال ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴
- واحد برتر غذایی از سوی اداره غذا و دارو و شهرستان نیشابور از سال ۱۴۰۰ تا کنون
- کسب عنوان گرید A پلاس سازمان غذا و دارو شهرستان نیشابور از سال ۱۴۰۰ تا کنون
- دارنده گواهینامه حلال بین المللی و حلال سازمان استاندارد ایران
- گواهی نامه سیستم مدیریت کیفیت ISO 9001:2015
- گواهی نامه سیستم مدیریت ایمنی غذا ISO 22000:2018



☎ ۰۲۱ ۸۸۶۸ ۹۰۰۰

🌐 WWW.RAYASHIMI.COM

📞 ۰۹۱۲ ۳۰۱ ۶۶۶۹

📍 نیشابور، شهرک صنعتی خیام،
بلوار توسعه جنوبی

Delicious ↖



Shredded Full Fat (Low Moisture)

Pizza Cheese

www.pamingroup.com

• ٢١٨٢٨ • ٢٨١١



پودر تخم مرغ گروه صنعتی پامین

پیشرو در صنایع تبدیلی تخم مرغ در ایران



پودر تخم مرغ کامل
Whole Egg Powder



پودر زرده تخم مرغ
Egg Yolk Powder



پودر سفیده تخم مرغ
Egg Albumen Powder
خالص-فرموله-پروتئینه



PAMIN INDUSTRIAL GROUP

www.pamingroup.com



بستنی ظفر

اولین تولید کننده بستنی قیفی زمستانی
در ایران و جهان

۵۰ سال در کنار شما ایم



021 40 33 54 87



www.zafardairy.com



yousef.jahanbakhsh@gmail.com



[zafar_icecream](#)



تهران جاده خاوران شهرک صنعتی خوارزمی فاز ۲

HIGH QUALITY



Bykit
Hazelnut

Compound Chocolate



Chocolate Coated Wafer with Hazelnut Cream





آرون شیمی یارس

ARON CHEMI PARS

وارد کننده مواد اولیه صنایع
غذایی، دارویی، کشاورزی،
صنعتی، آرایشی و بهداشتی

پایدارکننده

سدیم کربوکسی متیل سلولز
آلژینات سدیم
زانتان گام
گوارگام

شیرین کننده ها

دکستروز خشک
مالتو دکسترین
دکستروز آبدار

امولسیفایر ها

مونو دی گلیسرید
SSL
PGE

اسید ها

اسید فسفریک 85%
اسید آسکوربیک
اسید لاکتیک
اسید مالیک

سایر

پتاسیم هیدروکسید
متوپروپیلن گلیکول
ایزوله سویا
فیبر سویا
BHA
BHT

فسفات ها

تتراسدیم اسیدپیروفسفات
سدیم اسید پیروفسفات
دی کلسیم فسفات
تری کلسیم فسفات
سدیم هگزا متا فسفات
دی سدیم فسفات
سدیم تری پلی فسفات

تقویت کننده طعم دهنده

مونو سدیم گلوتامات
تری سدیم سیترات
وانیلین

نگهدارنده ها

سوربات پتاسیم
پروپیونات کلسیم
پروپیونات سدیم
لاکتات سدیم
دی استات سدیم
کلسیم کلراید



۰۹۱۲ ۳۹۳ ۷۳۷۷
۰۲۱-۸۸ ۶۹۰ ۰۸۸



www.AronChemi.com
Info@AronChemi.com



تهران، سعادت آباد، علامه جنوبی
خیابان ۳۸، خیابان نبی اکرم پلاک ۱





صنایع غذایی روزبه شکلات



۱۳۷۴

ثبت صنایع غذایی روزبه شکلات

آغاز فعالیت صاحبان برند

۱۳۸۴

ورود به بازارهای بین المللی

۱۳۹۶

افزایش ظرفیت و
تجهیز خطوط تولید

۱۳۹۷

۱۳۹۱

تولید مواد اولیه قنادی
با تکیه بر دانش بومی

۱۴۰۰

اضافه کردن لاین جدید
محصولات شکلات

ساخت کارخانه به وسعت
۲۵۰۰۰ متر مربع

۱۳۹۳

۱۴۰۴

توسعه بازارهای بین المللی
و تنوع سبد محصولات

۳۰ سال
همراهی شیرین

30

Years of Sweet Companionship

استان البرز، نظرآباد، شهرک صنعتی سپهر، بلوار
کار آفرینان، خیابان آذر غربی | تلفن: ۰۲۶-۴۵۳۳۲۴۵۳

TÜV

AUSTRIA HACCP System | ISO 9001:2015 | ISO 22000:2018

Flora

Roozbeh Chocolate Food ind.

New!
کرم مغزی میوه‌ای
Pastry Filling Cream



- ◀ عطر و طعم دلپذیر
- ◀ بافت نرم و لطیف
- ◀ حاوی تکه‌های میوه

در بسته‌بندی ۶/۵ کیلوگرم





بازرگانی اشرفی

نماینده انحصاری ریالی اسانس
(Sweet & Beverage) سیمرایز آلمان



Flavor
Milk Powder
Vanilla Powder

Baking Powder
Emulsifier
Whey Powder

Gel Cake
Gelatin
Emulsion



اسکن کنید...



وارد کننده و تأمین کننده مواد اولیه صنایع غذایی
شیرینی . شکلات . نوشیدنی

آدرس دفتر مرکزی: تبریز . کیلومتر ۷ جاده تبریز به تهران . مجتمع بازرگانی اشرفی

۳۳ - ۰۹۹۱۲۶۲۰۸۳۰ / ۰۹۹۱۱۳۲۳۸۸۱ / ۰۴۱-۹۱۰۰۷۷۷۰

www.ashrafi.holdings instagram: ashrafi_co



زر فروکتوز

فروکتوز؛ کاربردها و گستره مصرف:



البرز ، هشتگرد، پالایشگاه غلات زر

سیسارون شیمی

تولید کننده سدیم اسید پیروفسفات،
بی کربنات سدیم (جوش شیرین)،
بی کینگ پودر و دیگر افزودنی های فسفاته غذایی



- کسب عنوان جوان کارآفرین ملی کشور در سال ۱۴۰۵
- کسب عنوان چهره ماندگار کشور در سال ۱۴۰۴
- صادر کننده نمونه استان خراسان رضوی از سال ۱۴۰۱ تا کنون
- واحد تولیدی برتر از طرف سازمان غذا و دارو استان خراسان رضوی در سال ۱۴۰۱
- واحد نمونه و منتخب استان خراسان رضوی از طرف اداره نظارت بر مواد غذایی و بهداشتی در سال های ۱۳۹۸، ۱۴۰۰، ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴
- واحد نمونه صنعتی از طرف سازمان صنعت، معدن و تجارت خراسان رضوی در سال های ۱۳۹۸، ۱۳۹۹، ۱۴۰۱، ۱۴۰۲ و ۱۴۰۴
- واحد نمونه و منتخب استان خراسان رضوی از طرف اداره استاندارد از سال ۱۴۰۱ تا کنون
- واحد نمونه بهداشت و ایمنی کار در سال ۱۴۰۴
- واحد نمونه صنعتی از طرف سازمان صنعت، معدن و تجارت شهرستان نیشابور در سال ۱۴۰۴
- کسب عنوان واحد برتر غذا و دارو شهرستان نیشابور از سال ۱۳۹۶ تا کنون
- مدیر نمونه صنعتی از طرف اداره صنعت، معدن و تجارت در سال ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸
- اولین و بزرگترین تولید کننده سدیم اسید پیروفسفات در ایران با پنج گزیده مختلف
- اولین دارنده نشان استاندارد بی کربنات سدیم (جوش شیرین) در ایران
- دارنده گواهینامه حلال بین المللی و حلال سازمان استاندارد ایران
- سیستم مدیریت کیفیت ISO 9001:2015
- سیستم مدیریت ایمنی غذا ISO 22000:2018

۰۵۱ ۴۳۲۶۸۳۰۰-۳
۰۹۱۵ ۲۰۶ ۸۰۰۵۵

ciceronechemi.com

نیشابور، شهرک
صنعتی خیام، تلاش ۳

