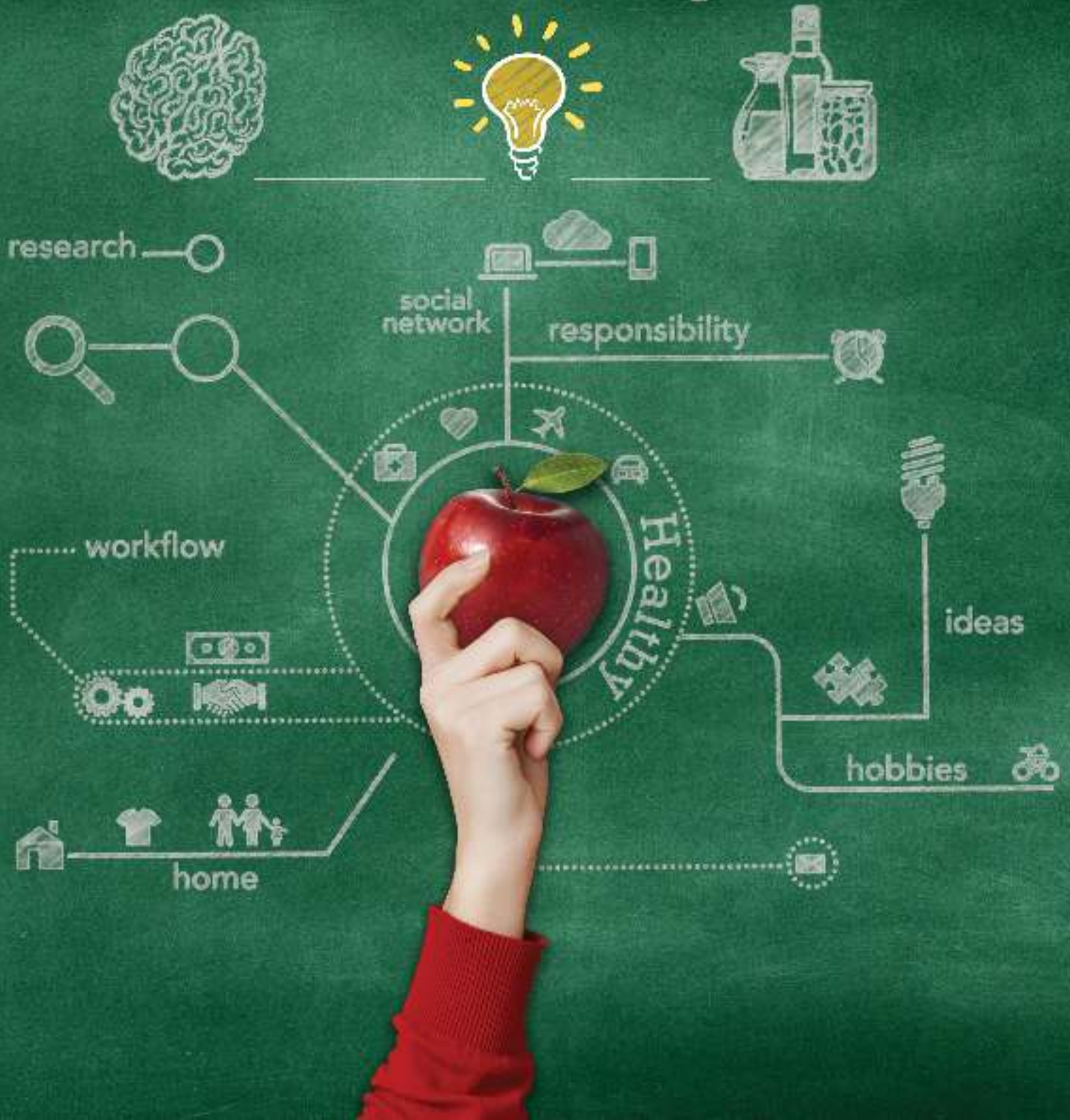


Food marketing



روغن مارکت اکسیر

تولید مرغوبترین روغن، بیش از ۷۰ نوع دانه، روغن

تولید کننده

ارده • کره فندق • کره بادام زمینه • کره بادام شیرین

۰۷۱-۳۷۳۶۶۴۸۶

۰۷۱-۳۸۴۷۷۴۵۷

شعبه ۱: شیراز . دروازه کازرون . بازارچه اسماعیل بیگی

شعبه ۲: شیراز . بلوار پاسداران . تیش خیابان کلاهدوز



☎ ۰۹۱۷۹۰۸۳۳۵۲ @ exiroil_shiraz ↗ exiroilmarket



تولید انواع فرآورده های گوشتی

همبرگر

کالباس

سوسیس



بسته بندی

جوجه کباب

گوشت چرخشی

گوشت قرمز



فارس - شیراز - بلوار خلیج فارس، نبش وزیرآباد

nooshin-company

nooshinshiraz.ir

۰۷۱-۳۷۴۱۷۰۰۰-۴

کامروز

کامروز برای زندگی امروز



☎ ۰۷۱ - ۹۱ ۰۱ ۱۹ ۱۰

🌐 www.kamrooz.ir

📍 فارس، شیراز، چهار راه زرگری، عمارت شهر راز، طبقه اول

📍 کارخانه، فارس، شیراز، کیلومتر ۶ جاده شیراز، اصفهان



پنیر تازه | 270 gr

مانیماس
manimas



پنیر تازه
سرشار از طبیعت

با من باش، سالم باش
manimas.ir



شرکت زرین دانه پدیده

پسته، پندق انواع حبوبات، ادویه، آرد، غلات، سبزی خشک، آجیل، گیاهان دارویی، میوه های خشک و ...

☎ ۰۷۱-۵۸۳۰۶۰۱۴
 ۰۷۱-۵۸۳۰۶۰۱۲
 ۰۷۱-۵۸۳۰۶۰۱۷

📠 ۰۹۱۷۷۳۱۰۲۰۷
 ۰۹۱۷۷۰۵۳۰۰۴
 ۰۹۱۷۱۳۳۳۰۰۴

📍 فارس . کیلومتر ۲۰ جاده فسا _ شیراز



تولید کننده انواع رب گوجه فرنگی
شوریجات و ترشیجات

شرکت آریامنش صنعت جاودانه
تلفن شرکت: ۰۹۱۷۳۲۸۰۹۲۵
بازرگانی: ۰۹۱۷۹۲۸۸۰۵۷



www.aryamaneshco.com

حس تازگه را با شبدیس تجربه کنید



فارس . شیراز . شهرک صنعتی بزرگ . میدان پژوهش (فلکه پنجم) . بلوار پژوهش شمالی . خیابان ۳۰۶



۰۷۱- ۳۷ ۷۴ ۳۰ ۵۵



۰۷۱- ۳۷ ۷۴ ۲۳ ۳۸



۷۱۵ ۸۱ - ۸۹۱ ۵۸

shabdiss Shiraz@gmail.com



مدیر کنترل کیفیت و مسوول فنی

مهندس سهیلا خلیفه



مدیرعامل

مهندس رضا کاظمی

این شرکت در سال ۱۳۸۱ در زمینی به مساحت ۵۱۰۰ متر مربع در بخش صنایع غذایی شهرک صنعتی بزرگ شیراز احداث گردید. مساحت زیر بنای شرکت ۳۳۰۰ متر مربع میباشد که از این متراژ ۲۱۰۰ متر مربع آن مربوط به سالن های تولید، انبارها، سردخانه و ماشین شامل بخشهای اداری، رفاهی و نگهداری میباشد. با توجه به تجربه و تخصص مدیران ظرف مدت یکسال به تولید رسید و توانست پروانه بهره برداری و پروانه های ساخت و استناد خود را دریافت کند.

شرکت شبدیس در زمینه تولید انواع ترشیجات، شوربجات و بسته بندی رب گوجه قرنکی و کنسرو های غیر گوشتی و انواع سس فعال می باشد. حضور دائم بخش کنترل کیفی در خطوط تولید و فعالیت آزمایشگاه در حین تولید و نمونه برداری از مواد اولیه، کالاهای در حال ساخت و نهایتاً کالاهای ساخته شده و کنترل نقاط بحرانی سبب ایجاد کیفیت در محصولات تولیدی شرکت گردیده است. در سال ۱۳۸۸ موفق به اخذ گواهینامه های بین المللی شامل ISO9001-2008 و HACCP از RWTUV از آلمان و FDA از آمریکا گردید و برآورد الزامات مشتریان و جلب رضایت آنها را سر لوحه کار خود قرار داده و با نظر سنجی مداوم از بازار در بهبود کیفیت محصولات تولیدی خود اقدام نموده است. بخش عمده ای از محصولات تولیدی به کشورهای آمریکا، کانادا، عراق، کویت و کشور های آسیای میانه صادر می گردد و در بازارهای داخلی نیز در اکثر استانهای کشور فعال می باشد.

ژوله

SOLEH

MEAT PRODUCTION

تولید فرآورده های گوشتی

تولید کننده

انواع برگر، کباب لقمه



فارس - شیراز - کیلومتر ۱۸ جاده شیراز - جهرم

امور هماهنگی: ۰۷۱-۳۷۷۶۵۰۸۹

واحد فروش: ۰۹۱۷۵۰۶۵۰۸۸



مناصب اعتباری: انجمن صنفی کارفرمایان صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس
مدیر مسئول و سردبیر: عبدالرضا دیداری

دبیر تحریریه:

محمدحسین عسکری

کمیته علمی:

محمدحسین اسکنجری، محمدتقی گلکانی، موبداد نیاکوشی،
محمدحسین حسینی

نشانی دفتر انجمن: شیراز، خیابان زند، مقابل بیمارستان شهید
فقیهیه کوچه ۴۱، ساختمان پزشکان فارس، طبقه سوم، واحد ۴

تلفن: ۰۷۱-۳۳۳۹۹۵۰۸

farsfoodc.ir

farsfs92@gmail.com

پایگاه اینترنتی:

بست الکترونیک:



مجری نشریه: کانون تبلیغات توسعه

آداری مجری رسمی به شماره ۰۷۴۹۸۶۷۸

از اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان فارس

مدیر اجرایی: حسین دشتی

مدیر مسئول: راضیه شیبانی

مدیر اداری و مالی: دنیا تهموری

مدیر روابط عمومی و پشتیبانی اجرایی: مرتزقه صادق زاده

مدیر بازرگانی و امور آگهی ها: مریم زنجیر

مدیر هنری و امور هنر: مریم امین

سرپرست امور اجرایی و بازرگانی: دینا ولی پور طبعی

کارشناسان امور آگهی ها: فربوزه مرتضوی، راضیه شیبانی

کارشناسان امور نشریه و تویه و تنظیم مطالب: مریم زنجیر، دینا ولی پور طبعی

کارشناسان امور هنری: پگاه گوردیزی، فریوخ فرغانی، محسومه انصاری

کارشناسان امور اداری و مالی: فرشته مسعودی، مهدیه کاظمی

نظارت چاپ: محسن پایدار

اینگوگرافی: چاپ و منقش: مجتمع چاپ دنیا شیراز

نشانی دفتر کانون: شیراز، جویان هدایت غربی، پلاک ۱۸۱

تلفن: ۰۷۱-۳۳۳۹۹۵۰۸

کد پستی: ۷۱۳۴۶-۵۴۳۵

ایمیل: taseejournals@gmail.com

www.TOSFFAD.com

تلفن جهت هماهنگی درج آگهی و همکاری در نشریه: ۰۷۱۵۸۹۶۷۸۰

مسئولیت علمی و حقوقی هر مقاله به عهده نویسنده و نویسندگان آن می باشد
صداقت تجربه نقطه در دریاش و تخصص مقالات کما زاد و مجاز می باشد



سخن سر دبیر

عبدالرزق صادیپوری

کرونا و صنایع غذایی

جوهره صنایع غذایی یکی از حوزه های اقتصادی است که در دنیا و ایران و همزمان با شرایط نامطمئن فعلی به لحاظ شیوع و همه گیری ویروس کرونا بیشترین آسیب را متحمل شده است. با به قرنطینه رفتن مردم جهان تب تهیه و ذخیره کردن مواد غذایی به وسیله مردم بالا گرفت و فضای مجازی مالامال از اخباری مبتی بر کاهش مواد غذایی در فروشگاه ها و مراکز خرید شد. روند کرونایی باعث شده که عملکرد سیستم های غذایی در دنیا با اختلال مواجه شده به گونه ای که حتی به نفع به سالم نیز آسیب وارد شود. در این که بحران کرونا در حراز مدت امنیت صنایع جهان را با مشکل مواجه می کند، همه صاحب نظران و پژوهشگران اقتصاد و به ویژه اقتصاد کشاورزی متفق القول هستند و طبیعی است که جمعیت آسیب پذیر بیش از دیگر اقشار جامعه جهانی با تاخمتی غذایی مواجه خواهند شد.

در اکثر کشورها و با توجه به سرعت بالی انتقال ویروس، دولت ها برای قطع چرخه انتقال ویروس، راهکارهای مختلفی از جمله نوصیه به شهروندان، بستن و شوی دست ها و استفاده از ماسک و فاصله گذاری اجتماعی و در نوع سخت گیرانه آن محدودیت رفت و آمد و قرنطینه را در دستور کار قرار می دهند و تردیدی نیست که اعمال قرنطینه در دنیا می تواند میلیون ها نفر از کارکنان و شاغلین بخش های مختلف اقتصادی را بیکار نموده و با توسعه بحران اقتصادی، دولت ها ناچار حمایت از موج بیکاران را نخواهند داشت.

اگر بخواهیم به بررسی مسیری که ویروس کرونا از طریق آنها زنجیره عرضه غذایی در سراسر جهان رایج خود مبتلا کرده و باعث اختلال در چرخه تولید و عرضه مواد غذایی گردیده است را بیان کنیم باید به تعطیلی کافی شاپ ها، رستوران ها و... اشاره کرد که در اثر این تعطیلی، معضل ماژاد تولید به وجود آمده و در صورت عدم تمهید سیاست های حمایتی از سوی دولت، کشاورزان با مشکل اقتصادی عمده ای مواجه شده و ناگزیر خواهند بود پول کمتری بابت تولیدشان دریافت کنند یا ماژاد تولید خود را نبلود نمایند.

در حالی که بیش از ۶ ماه از بحران کرونا گذشته است، اما تغییر در تقاضای بازار و ماژاد موجودی کالا همچنان به عنوان یک معضل بزرگ در این بخش باقی مانده و ووری دو معضل تولید بیش از مصرف و ناشواری رساندن محصول به مصرف کنندگان خرید، کشاورزان بسیاری از سراسر نقاط جهان همچنان با بحران کمبود نیروی کار مواجه هستند. قرنطینه های خودخواسته، دستور العمل های رعایت فاصله اجتماعی و تعطیلات کرونایی در کشورها، جریان عالی بین المللی در این صنعت را با اختلال مواجه کرده است. در کنار عوامل فوق، پاندمی کووید-۱۹ موجب شده است نظیراتی در اولویت خریداران محصولات غذایی به وجود آید، به گونه ای که در بهره ای از موارد شاهد آن هستیم که تقاضا برای خرید برخی محصولات جهش یافته است چون مردم در قرنطینه و تحت تاثیر رسانه ها به مصرف بیش از پیش برخی مواد غذایی که خواص آن ها برای تقویت سیستم ایمنی بدن برای مردم روشن شده است روی می آورند. در این شرایط اتحادیه های صنفی تولید کنندگان محصولات کشاورزی و دولت باید به تحویب و طراحی مدل های مختلفی بپردازند که بتوانند به کشاورزان و صاحبان صنایع تبدیلی در این بخش کمک نماید تا با کمترین هزینه از این دوران گذر نمایند. قطعا پرداخت تسهیلات با شرایط خاص خواهد توانست بخشی از مشکلات متعدد و ناخواسته صنایع غذایی کشور را مرتفع نماید.

فهرست مطالب

گفتگو با مدیران

- 11 مدیریت صنایع غذایی و تبدیلی سازمان جهاد کشاورزی استان فارس.....
- 13 حضور بانک ریسه انجمن صنایع کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس.....

گفتگو با تولیدکنندگان نمونه

- 14 مدیرعامل شرکت شیراز رام آب (میترا) ۳۶۰ - واحد نمونه روز ملی صنعت و معدن (سال ۱۳۹۹).....
- 14 مدیرعامل شرکت زرین غزال (کارتی) - واحد نمونه روز ملی صادرات (سال ۱۳۹۸).....
- 18 مدیرعامل شرکت شماره ناب (رایج و مصابت) - واحد نمونه روز جهانی غذا (سال ۱۳۹۷).....

تقدیر و سلامتی

- 20 تقدیر مناسب در پیمان مشکوک بافتل به COVID-19.....

آشنایی با واحدهای توانمند

- 22 شرکت بچ بهداشتی ذرات صوفی.....
- 24 آزمایشگاه نوآوری کاشف شهر راز.....

علوم و صنایع غذایی

- 29 عوامل موثر بر میزان استخراج لیکوپین در فروری گوچه فونگی.....
- 32 اثر خواص رتولوزیک ماسیت غنی شده با فلوئوپید و روغن استخراج شده از پوست مرکبات.....
- 34 فیلم ها و پوشش های حاوی میکروارگانیسم های پروبیوتیک.....
- 36 روش های کاهش و بازیافت پسماندها و ضایعات.....
- 38 فرایح برنامه های کنترل کیفیت کارخانجات صنایع غذایی از طریق آزمون های ارزیابی حساسی.....
- 42 بررسی جذب کلسیم از شیرهای غنی شده.....
- 44 رویکرد های نوین صنعت غذاهای آماده در غنی سازی.....
- 46 تولید شیر عملگرا (حاوی زردچوبه، شیره خرما و درلچین).....
- 48 ترانه فرمولاسیون جدید شور - آب ترشک، و بررسی اثر آن.....

قوانین کسب و کار

- 51 پیش درآمد - مهمترین قوانین و مقررات حاکم در محیط کسب و کار.....

تبلیغات: برندینگ و مارکتینگ

- 62 بازاریابی و تبلیغات مواد غذایی - بایدها و نبایدها.....
- 64 چگونه صنایع غذایی با کمک بازاریابی محتوا مشتری جذب می کند؟ (بخش اول).....
- 66 روش های بازاریابی در صنایع غذایی.....
- 68 مفر چگونه به تبلیغات مواد غذایی پاسخ می دهد؟.....

بسته بندی

- 68 رنگ و طرح در بسته بندی مواد غذایی.....

راههای تجارت خارجی

- 70 بررسی کشور قطر.....
- 72 جالب های صادرات مواد غذایی.....

معرفی وضعیت صنایع غذایی در شهرستان های استان فارس

- 78 بررسی شهرستان خرعیب.....
- 80 بررسی شهرستان مروخشت.....

راههای سرمایه گذاری

- 82 مدیریت صنایع غذایی و تبدیلی: موتور پیشران توسعه کشاورزی در راستای تامین امنیت غذایی.....

اخبار و گزارش ها

- 84 استانی.....
- 85 کشوری.....
- 86 جهانی.....

نقویم مناسبت های غذایی

- 88 مناسبت های غذایی فصل پاییز - سال ۱۳۹۹.....

عملکرد انجمن

- 92 عملکرد انجمن صنایع کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس - شش ماهه اول سال ۱۳۹۹.....



**سید عبدالرضا جزایری؛
مدیریت صنایع غذایی و تبدیلی سازمان جهاد کشاورزی استان فارس
ایجاد واحدهای صنایع کشاورزی؛ بهترین راه حل برای کاهش ضایعات در بخش کشاورزی**

احداث سهولت و برابری نقدینگی، کمک شایسته به فرآیند ایجاد واحدهای صنعتی در سال جهش تولید شده است.

■ در حال حاضر وضعیت صنایع غذایی و تبدیلی در استان فارس به چه صورت است؟ تعداد واحدهای فعال در این حوزه و مقایسه آن با سال گذشته را تشریح نمایید.

تا کنون تعداد ۸۰۴ واحد صنایع کشاورزی در سطح استان به تولید رسیده اند که این تعداد واحد صنعتی نسبت به سال گذشته ۹۰۰ هزار سالانه بیش از ۴ میلیون ۹۰۰ تن محصولات کشاورزی را اقدام می نمایند. این تعداد واحد صنعتی، کاهش ضایعات بالغ بر ۶۱۴ هزار تن و اشتغال ۱۰۸۱۳ نفر را در سال گذشته داشته اند.

در سال گذشته نسبت به صدور ۸۰ فقره پروانه بهره برداری اقدام شده است که

چهارم و دو تولید محصولات شیلاتی دارند. به بیش از چهار هزار تن میار استان های غیر ساحلی را به خود اختصاص داده است. در راستای حمایت از بخش صنایع کشاورزی، مدیریت صنایع غذایی و تبدیلی نسبت به انجام مشاوره های فنی قبل از اجرای طرح، زس اجرای طرح و بعد از اجرای طرح را به صورت مستمر در طول سال به بنفایان ارائه می دهد. همچنین هر ساله برنامه ریزی های لازم در خصوص برگزاری همایش فرصت های سرمایه گذاری نیز صورت می گیرد که این همایش ها متناسب با پتانسیل هر شهرستان برگزار شده و بازخوردهای بسیار مناسبی را به همراه داشته است. تا پایان شش ماهه سال جاری تعداد ۱۱۴ طرح به مبلغ ۶۳۷۳۶۶۲ میلیون ریال از محل های منابع توسعه ۱۸ روفی تولید و بند اقدام اساسی به بانک های خاص معرفی گردیدند که در صورت

■ فعالیت های شاخص و عملکرد بخش مدیریت صنایع غذایی و تبدیلی سازمان جهاد کشاورزی در شش ماهه نخست سال ۱۳۹۹ را تشریح نمایید.

با توجه به برنامه ششم توسعه تعین مدیریت صنایع غذایی و تبدیلی، ظرفیت جذب ماده خام برای ایجاد صنایع کشاورزی ۱۶۱۶۰۲ تن می باشد که برنامه اجرایی برای شهرک های صنعتی تدوین گردیده که بر اساس برنامه ارسال تا پایان شهریور ماه سال جاری تعداد ۳۰ فقره پروانه بهره برداری صادر شده است.

ایجاد این تعداد واحد صنعتی منجر به اشتغال ۲۵۵ نفر گردیده و کاهش ضایعات بیش از ۱۱ هزار تن را در پی داشته است.

■ با توجه به توانمندی های وسیع استان فارس در حوزه صنعت کشاورزی و نظر به نامگذاری سال ۱۳۹۹ به عنوان جهش تولید توسط مقام معظم رهبری، برنامه حمایتی وزارت جهاد کشاورزی از تولیدکنندگان در این راستا را بیان نمایید.

استان فارس طی سال های گذشته در تولید محصولات کشاورزی همواره در بین استان های کشور دارای رتبه های برتر بوده است. این استان بالغ بر ۳ میلیون تن تولیدات باغی برابر با ۱۵ درصد کشور دارای رتبه اول، در زمینه تولیدات زراعی با تولید بیش از ۶۱۴ میلیون تن دارای رتبه دوم کشور، در تولید محصولات دامی با تولیدی بیش از ۱۸ میلیون تن دارای رتبه

۶۳۷ هزار تن ماده خام محصولات کشاورزی را جذب نموده و اشتغال مستقیم (۱۲۸۵ نفر به دنبال داشته است.

■ وضعیت ماشین آلات واحدهای صنایع غذایی و تبدیلی در استان فارس چگونه است؟ آشنایی و بهره گیری تولیدکنندگان استان از تکنولوژی های روز دنیا به چه میزان است؟ برنامه های سازمان جهاد کشاورزی استان و در راس آن وزارت جهاد کشاورزی در راستای ارتقای دانش فنی تولید کنندگان و تسهیل در تعویض ماشین آلات فرسوده با مدرن چیست؟

در صورتی که صاحبان صنایع مصمم به توسعه ماشین آلات کارخانه را داشته باشند، متقاضیان با ثبت درخواست جواز بازرسی و نوسازی در سامانه مراحل صدور را طی می نمایند و در صورت وجود منابع تسهیلاتی به بانک معرفی خواهند شد.

در رابطه با استفاده از تکنولوژی های مدرن و روز دنیا در صورتی که ماشین آلات مورد نظر در داخل ناحیه نشود همگامی ها و پی گیری های لازم برای ورود ماشین آلات جدید انجام خواهند شد.

همچنین برای معرفی ماشین آلات جدید با استفاده از پلتفرم های آنلاین و با همکاری کارگزاران آموزشی اقدامات مناسبی در جهت اطلاع رسانی صورت گرفته است.

■ جایگاه و رتبه صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس در حوزه صادرات به چه صورت است؟ آیا در خصوص بسته ترویجی و حمایتی تهیه گردیده است؟ سیاستهای وزارت جهاد کشاورزی و سازمان جهاد کشاورزی استان در این زمینه چگونه است؟

حلیق آخرین اما: ارائه شده، میزان صادرات صنایع تبدیلی ۱۶۲۶ تن در سال ۲۰۱۸، ارزش ۲۲۰۵۸ هزار دلار بوده است که صنایع تبدیلی با درصدی ۶۰٫۷ درصد در صدر رتبه آن را در میان صادرات محصولات باغی و رزقی، شیلانی، دام و طیور به خود اختصاص داده است. در زمانی که صنایع لبنی با مشکلات عدیدهای روبرو بودند، سازش جهاد کشاورزی اقداماتی در خصوص آزدسازی صادرات سبزی خشک انجام داد که تا حدودی مشکلات واحدهای متکثر را کاهش داد.

■ در خصوص کاهش ضایعات و جلوگیری از دور ریز محصولات کشاورزی و افزایش ضریب تبدیل این محصولات چه راهکارهایی در نظر دارید؟ در بخش کشاورزی یکی از مهمترین راهکارهای کاهش ضایعات ایجاد واحدهای صنایع کشاورزی می باشد. در خصوص محصولات درجه دو و سه، احداث کارخانجات تولید آب سبزی، تولید سبزی خشک، تولید کنسرتراشه سبزی و... از بهترین راهکارهای کاهش ضایعات و استفاده از اینگونه محصولات (محصولات درجه ۲ و ۳) برای فرآوری می باشد که علاوه بر کاهش ضایعات، ارزش افزوده قابل ملاحظه ای ایجاد شده که توجه اقتصادی مناسبی دارد.

■ با توجه به توانمندیهای استان فارس در تولید محصولات خام کشاورزی و جلوگیری از خام فروشی و ایجاد ارزش افزوده برای آنها، توصیه ها، راهکارها و برنامه های حضرتعالی برای توسعه صنایع تبدیلی در استان چیست؟

مدیریت صنایع تبدیلی و غذایی هر ساله نسبت به تمویج برنامه ها اولویت های سرمایه گذاری با برش شهرستانی در ابتدای هر سال افشا نموده و مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان های تبعه، موظف به پی گیری در راستای تحقق برنامه اولویت سرمایه گذاری می باشد. پی گیری ابلاغ تسهیلات برای راه اندازی واحدهای صنایع کشاورزی از دیگر برنامه های تحقق اولویتهای سرمایه گذاری سالانه می باشد.

برگزاری کارگاههای آموزشی، هدایت فرصت های سرمایه گذاری، مطرح نمودن طرح های مشترک در کار گروه رفیع مجتمع تولید نیز از برنامه های اجرایی این مدیریت برای توسعه واحدهای صنایع کشاورزی می باشد.

■ با توجه به مشکلات عدیده که با شیوع ویروس کرونا و همچنین مظهره امیز هزینه های تولید در ماه های اخیر بر تولیدکنندگان تحمیل گردیده؛ پیشنهادها، توصیه ها و راهکارهای حضرتعالی برای مدیریت این بحران ها چیست؟

در این راستا مدیریت صنایع تبدیلی و غذایی با وجود سامانه بنجره و ایجاد سایر مربوط به صدور مجوز بدون حضور متقاضی و پی گیری گزینش مسوول صنایع مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان، مورد مربوط به صدور مجوز تمدید پروانه بهره برداری و جواز تاسیس و... انجام می دهد.

در صورت تمایل به حضور در کارگاهها با ساد استعلام و یا حضور کارشناسان مدیریت با رعایت پروتکل های بهداشتی ناموریتها انجام می پذیرد.



به صنایع غذایی استان می‌تواند؟ در این راستا پیشنهاد شما به دانشجویان و تخنیکان حوزه صنایع غذایی چیست؟ و چه توصیه‌ای به تولیدکنندگان برای ایجاد ارتباط‌های بهینه با این شرکت‌ها دارید؟

مسئله فاصله زیاد بین دانشکده و کارخانجات صنایع غذایی مشکلی است که سال‌ها حل نشده باقی مانده است. چرا که دانشجویان با تولیدکنندگان دغدغه‌های متفاوتی دارند که منحصر به کاهش همکاری‌های چند جانبه شده است. اکثر دانشکاهان نتوانسته‌اند مشکلات و ایرادات خطوط و محصولات تولیدی ما را رفع کنند بجز همکاری دو جانبه. ما هم حاصل می‌تواند بود که کمک‌شایانی هم به کارخانجات هم به اقتصاد کشور در شرایط تحریم خواهد بود.

با توجه مشکلات عمده‌ای که با شیوع ویروس کرونا و همچنین با افزایش مخاطره آمیز هزینه‌های مختلف تولید در ماه‌های اخیر، بر تولیدکنندگان تحمیل گردیده، پیشنهادها، توصیه‌ها و راهکارهای حضرتعالی برای مدیریت این بحران‌ها چیست؟ انتظارات شما در قالب انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی استان از دولت برای حمایت از تولیدکنندگان چیست؟

بیماری کرونا که همه چیز را فر گرفته است یک پیام مهم را با خود تار و آن این است که با پستی محصولات از نظر بهداشت به سطح ایده‌آلی برسند که خدای ناکرده همه برف‌کننده‌دچار مشکل نشوند. وجود بسته بندی و تبدیل محصولات و نگهداری مواد غذایی بصورت ایمن یک راه کار مناسب جهت مقابله با آلودگی و ویروس منجوس می‌باشد. لذا توصیه می‌شود که از خرید مواد غذایی بصورت فله و بدون بسته بندی خودداری شود تا خدای ناکرده منجر به گسترش ویروس نگردد.

وضعیت ماشین‌آلات واحدهای صنایع غذایی و تبدیلی در استان فارس چگونه است؟ آشنایی و بهره‌گیری تولیدکنندگان استان از تکنولوژی‌های روز دنیا به چه میزان است؟ حمایت‌های مورد انتظار انجمن و تولیدکنندگان از شبکه دولت در راستای ارتقای دانش فنی تولیدکنندگان و تسهیل در تعویض ماشین‌آلات فرسوده با مدرن چیست؟

ماشین‌آلات در صنایع تبدیلی همواره در حال به روز شدن است. از این رو همواره با بسته‌دنده‌ها را ارتقا داد که توان تولید و پاردهی تولید افزایش پیدا کند و می‌تواند قیمت تمام شده بهتری بدست آورد که توان رقابت در سطح بازار داشته باشد. دولت می‌تواند با تخصیص اعتبارات جهت خرید و بهره‌وری کارخانجات اقدامات موثری انجام دهد.

وضعیت صنایع غذایی استان در حوزه صادرات چگونه است؟ مشکلات اساسی پیش روی این حوزه چیست؟ برای بهبود این وضعیت و رشد صادرات محصولات غذایی استان چه راهکارهایی را پیشنهاد می‌نمایید؟ وظایف دولت و تولیدکنندگان در این خصوص را به صورت جداگانه بیان فرمایید.

استان فارس به دلیل دانش سطح زیر کشت گسترده محصولات کشاورزی و نزدیکی به کارخانجات می‌تواند پیش از فعالیت کنونی خود به حوزه تولید و صادرات نقش آفرینی کند. مناسبانه خرید نقد مواد اولیه و فروش اقساطی محصولات تولیدی باعث کاهش سرمایه در گردش و مشکلات اساسی در واحد های تولیدی شده است.

وضعیت شرکت‌های دانش بنیان و استارت‌آپ‌های صنعت غذا در استان فارس چگونه است؟ به طور کلی توسعه این بخش چه خدمتی



حسن سهامی!
عضو هیات رییس انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس

با توجه به نامگذاری سال ۹۶ به نام سال جهش تولید و در راستای مقابله با تحریم‌های ظالمانه، بهترین و موثرترین شبکه عملی مقابله با این تحریم‌ها و کمک به بالندگی کشور، ایجاد و افزایش واحدهای تولیدی است. همچنین حمایت از صادرات محصولات به خارج و ورود ارز که می‌تواند بسیاری از مشکلات کشور را سامان دهد.

با توجه به فعالیت‌های برندینگ شما در حوزه صنایع غذایی، سطح برندسازی در صنایع غذایی استان به چه میزان است؟ به طور کلی برندهای محصولات غذایی باید دارای چه ویژگی‌هایی باشند؟ فلسفه انتخاب برند دادفر برای محصولات واحد حضرتعالی چیست؟

مصرف کننده خوب را از بد تشخیص می‌دهد و هر اندازه بتواند بهتر و اصولی‌تر تولید کند، برند جایگاه بهتری برده مصرف کننده پیدا خواهد کرد. سهم بازار بیشتری نسبت به سایر برندها خواهد داشت و در نهایت گسترش کسب و کار شما را به همراه خواهد داشت.

برند، هویت یک محصول است و به راحتی حاصل نمی‌شود. برند دادفر طی سال‌های متعددی مهمان سفره‌های خانواده‌های ایرانی است. این برند با داشتن بیش از ۱۰ برهانه بهداشتی، محصولات گسترده‌ای را تولید و به کشورهای حوزه خلیج فارس، اروپا، انگلستان، کانادا و... صادر می‌کند.

محمد کشتکاران متولد سال ۱۳۶۴، مدیرعامل شرکت آب معدنی مینرال ۳۶۰، فارغ التحصیل رشته معماری، فوق لیسانس شهرسازی و دارای دکترای مدیریت از اعزازات و ۵۵ سال سابقه مدیریت اجرایی در این مجموعه راسی باشد.

شرکت شیراز رام آب با نام تجاری مینرال ۳۶۰ با هدف تولید آب معدنی ۱۰۰ درصد طبیعی و ظرفیت تولید ۳۰ هزار بطری در ساعت از مردادماه سال ۸۳ پایه عرضه تولید گذاشت. این کارخانه واقع در ۵۵ کیلومتری جاده شیراز - سسیدان در دامنه سلسله جبال زاگرس واقع گردیده است. این مجموعه که در جهت کنترل کیفی محصولات خود تحت ایزو از مجهزترین دستگاههای آزمایشگاهی به روز جهان استفاده می کند، با داشتن پرسنل کار آزموده و مجرب و با داشتن خط تولید و ماشین آلات مدرن عهده دار تولید محصول مطلوب و با کیفیت و بخش آن به مردم عزیز می باشد. ماشین آلات این کارخانه از بهترین نوع ماشین آلات اروپایی و خاور دور تهیه گردیده است. میکروپ زدایی و مراحل شستشوی خط تولید به صورت تمام اتوماتیک و بدون دخالت دست انجام می شود.

■ محصولات شرکت شیراز رام آب را به صورت کامل معرفی و شرح دهید.

- بین واحد برتر در حال حاضر در حال تولید :
- آب مخصوص کودکان در ۳ طرح مختلف
- آب ۲۵۰ سی سی کالی شاپ
- آب ۴۵۰ سی سی کالی در دو طرح
- آب ۵۰۰ سی سی معمولی
- آب ۲۰۰ سی سی مخصوص مجالس
- آب ۵۰۰ سی سی مناسب برای سفر: خانه نما
- آب ۵۰۰ سی سی مناسب برای مجالس عروسی و جشن ها
- آب یک لیتری با چهار طرح متنوع مناسب برای ورزشکاران جوان و دیگر مصرف
- آب ۱۵۰۰ سی سی معمولی
- آب ۳ لیتری جهت مصرف خانگی
- آب ۷ لیتری جهت مصرف خانگی
- آب ۱۵ لیتری مناسب جهت اسپرینکلر
- آب ۲۰ لیتری مناسب جهت اسپرینکلر



محمد کشتکاران

مدیرعامل شرکت شیراز رام آب (مینرال ۳۶۰)

واحد نمونه روز ملی صنعت و معدن در سال ۱۳۹۹

زمینه تولید و بخش مشتری مداری در طول ۱۰ سال اخیر می باشد که برخی از این افتخارات شامل:

- ۰۱ واحد برتر مشتری مداری سال ۱۳۹۱
- ۰۲ واحد برتر صنایع آشامیدنی سال ۱۳۸۹
- ۰۳ واحد برتر صنایع آشامیدنی سال ۱۳۹۱
- ۰۴ واحد برتر صنایع تولیدی از سال ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۹
- ۰۵ کارخانه برتر از نظر بهداشت حرفه ای از سال ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۸، هفت سال متوالی
- ۰۶ دارای لوح تقدیر حمایت از حقوق مصرف کننده از سال ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹

■ برنامه های اساسی شرکت برای توسعه و تقویت این مجموعه را بیان نمایید.

این شرکت در جهت گسترش و حفظ این مجموعه در شرایط مطلوب اقدامات زیر را در دستور کار خود قرار داده است:

- ۰۱ گسترش بازارهای صادر ای و داخلی
 - ۰۲ ایجاد تنوع بیشتر در محصولات تولیدی خود
 - ۰۳ بهینه سازی شرایط تولید به منظور تولید حداکثری با مرغوب ترین کیفیت
 - ۰۴ تولید محصولات سلامتی در کنار آب معدنی از جمله آب طعم دار و آب اکسیژن دار و آب ویتامینه
- این شرکت با داشتن تیم تحقیق و توسعه مجرب خود به دنبال بازار روزمره مشتریان خود را برطرف نموده بلکه در زمینه های مختلف تولید انواع آب های فعالیت های به سزایی را راه کرده است که از جمله آنها تحفیف در باره آب مخصوص کودکان با همکاری دانشگاه علوم پزشکی می باشد و تمهید آن در تولیدات قابل مشاهده است.

همچنین آب معدنی منرال ۳۶۰ در راستای اصناف سلامت محور خود در حوزه زودنی آب های ورزشی و غنی شده توسط ویتامین های مورد نیاز بدن و درمان بیماریهای کبدی را در اختیار جامعه قرار می دهد.

■ گستره جغرافیایی فعالیت های بازاریابی و توزیع محصولات شرکت شیراز رام آب به چه صورت است؟

این مجموعه با همت و تلاش هر وان کارشناسان مجرب و متعهد خود و با در اختیار داشتن ۱۰۰ نماینده فعال در زمینه بخش آب معدنی در سراسر کشور به ویژه در مرکز و جنوب کشور، توانسته است در زمینه تولید و توزیع آب معدنی در سراسر جنوب کشور و بخش موبیرگی آن در استان فارس با کیفیت بسیار مطلوب و مطابق با استانداردهای ملی و جهانی بدون هیچ گونه مواد افزودنی، محصولات خود را در کمتر پس زمان ممکن به دست مصرف کنندگان برساند.

■ برای حفظ و ارتقای کیفیت محصولات شرکت چه اقداماتی صورت گرفته است؟

این شرکت در راستای ارتقای کیفیت محصولات تولیدی خود اقدام به گرفتن ایزو ۹۰۰۱ و ۲۲۰۰۰ از یکی از سازمان های معتبر آمریکا مستقر در ایران نموده است. همچنین در راستای پیشرفت خود تمامی دستگاه های تولیدی خود را به روز رسانی کرده و فرآیند تولید را تمام اتوماتیک و بدون دخالت دست نموده است.

■ ویژگی های ممتاز و منحصر به فرد محصولات این شرکت چیست؟

شرکت شیراز رام آب با تکمیل سند کالای خود سعی در حفظ رضایت مصرف کنندگان خود داشته است که این سبب کالایی متنوع در میان رقبای خود نبی نظیر بوده و باعث ایجاد یکی از ویژگی های ممتاز و منحصر به فرد این مجموعه گردیده است. همچنین به منظور آسایش و راحتی هر چه بیشتر مصرف کنندگان خود اقدام به راه اندازی سرویس تحویل رایگان در محل اشخاص خانده منزل و با محل درخواستی از سوی مصرف کنندگان نموده است که از جمله مزایای این سرویس با استقبال بی نظیری روبرو شده است.

■ افتخارات و موفقیت های کسب شده توسط شرکت شیراز رام آب طی سالهای اخیر در چه زمینه هایی بوده است؟

شرکت شیراز رام آب دارای افتخارات بسیاری در





علی محمد ابراهیمی!
مدیرعامل شرکت زرین غزال (دایتی)

واحد نمونه روز ملی صادرات در سال ۱۳۹۸



علی محمد ابراهیمی، منولد ۱۳۴۶، دانش آموخته رشته مهندسی عمران، عضو هیئت مدیره گروه صنعتی غزال و مدیرعامل شرکت زرین غزال.

شرکت زرین غزال در زیربنایی با بیش از ۷۰۰۰۰ متر مربع به مساحت ۱۲ هکتار بنا گردیده است. آغاز تولید این شرکت در بخش بستنی از سال ۱۳۸۴ و در بخش لبنیات از سال ۱۳۸۷ است. در حال حاضر بیش از ۴۵۰۰ نفر پرسنل در این شرکت و شبکه‌های توزیع مشغول به فعالیت می‌باشند و دارای توان تولید بیش از ۳۰۰ تن بستنی و ۵۰۰ تن لبنیات در روز است.

توانمندی‌ها و گستره فعالیت‌های شرکت زرین غزال را تشریح نمایید.

برند هایی ابتدا با ۲۳ محصول جدید راهی بازار گردید و اکنون بیش از ۸۰ مدل انواع بستنی با بالاترین کیفیت و سطح استاندارد جهانی و داخلی عرضه می‌نماید در حوزه لبنیات نیز برندهای دایتی و ایان محصولات خود را در دسته بندی های انواع شیر و شیرکاتو، ماست و ماست های طعم دار، مویز و انواع پنیر تولید و به بازارهای داخلی و خارجی عرضه می‌نماید.

بویید یا لعین محصول با کمفست شناختن کامل کسب و کارشان و کسب دانش لازم و احاطه به تمام قوانین صادراتی مبذ و مقصد تلاش، پشتکار و خشکی ناپذیری

بزرگترین مشکلات و ننگهای پیش روی شرکت و به طور کلی واحدهای صنایع غذایی استان در حوزه صادرات چیست؟ راهکارهای شما برای عبور از این مشکلات را بیان نمایید. انتظارات شما از دولت چیست؟

وجود پروتکسی های اجباری و قوانین دست و پا گیر حاکم در دستگاه های دولتی و وزارتخانه ها و عدم همکاری های لازم و وجود مبر تا حصول بری اخذ مجوزها و تاییدیه ها را می توان از جمله بوانع مهم صنایع دانست. بحث سرمایه در گردش نیز از مواردی است که هر واحد تولیدی با آن دست و پنجه نرم می کند. مشکلات و قوانین مالیاتی کشور و همچنین مالیات ارزش افزوده (مالیاتی که دولت طرح بسیار خوبی برای آن در نظر گرفته بود اما آن را به نتیجه نهایی نرساند و نتیجه ای جدایی نبرند است) هم می شود. به مولتی که بر سر راه وجود کار دارند تصدق کرد. بحث پوسلات قسمت ها و مصممات و بخش نامه های یک شد ای که دولت اتخاذ می کند نیز ضیعا چالش های زیادی را برای ما ایجاد می کند. راهکاری هم که در حال حاضر این شرکت در پیش گرفته است سعی در کنترل و نگاه داشتن شرایط در بهترین صورت با توجه به وضعیت موجود می باشد. از جمله انتظارات ما: دولت، فراهم آوردن شرایط و ارتباط و زیرساخت ها و گسترش امکانات مناسب جهت توسعه فعالیت های تولیدی و اقتصادی برای فعالین این حوزه است

می گیرد و نمی توان از اهداف کوتاه و میان مدت بوفضی دادند. اگر کل کشور در توسعه درازمدتی صادراتی در هر نقطه از جهان از جمله اصفهان اصلی بن شرکت می باشد

چه اقدامات و سیاست گذاری هایی باعث شده تا زربین غزال به عنوان واحد نمونه روز ملی صادرات قنطاری گردد؟

همگام بودن با استانداردهای روز جهانی، موفقیت در کسب سختگیرانه ترین استانداردهای جهانی و منطقه ای مهمترین عامل موفقیت زربین غزال در عرضه صادرات است و باید بشویم بن شرکت به ارزش های معتقد و مستعد است که مهمترین این ارزش ها احترام به انسان ها و حقوق آن ها در مقدمه مشتری و مصرف کننده است. همین ارزش باعث می شود ما بهترین نیروی انسانی متخصص را ما و سون بن برای تولید محصولات انتخاب کنیم. سالها ترین و بهترین مواد اولیه را تامین کنیم و به روز ترین تجهیزات، خطوط تولیدات، سفار و ها و تکنولوژی های کنترل کیفیت را به کار گیریم و کیفیت محصول را از خط تولید تا مصرف کننده نهایی در بالاترین درجه حفظ کنیم. همچنین با توجه به این مطلب که دانش روزی باعین شیوه مصرفی محصولات زربین غزال در مالکیت و کنترل و نظارت صنایع شرکت می باشد این مورد نیز در سلامت و کیفیت محصول نهایی نقش به سزایی را ایفا می کند. عدم استفاده از مواد نگهدارنده، از ویژگی های بارز محصولات زربین غزال می باشد

توصیه شما به عنوان صادرکننده نمونه به سایر واحدهای همکار و همچنین جوانان علاقمند به فعالیت در این حوزه برای موفقیت در این مسیر و ورود به دنیای پر تلاطم صادرات چیست؟

فعالیت های بازاریابی و توزیع محصولات شرکت زربین غزال در چه محدوده جغرافیایی در حال انجام است؟

محصولات شرکت زربین غزال با نام های تجاری بستنی دایستی و لیسیت آپد تقریبا در اقصی نقاط کشور توزیع و در اختیار مصرف کنندگان و سبد غذایی خانواده ها قرار می گیرد

عمده صادرات محصولات شرکت زربین غزال ما برند دایستی به کشور عراق، تمامی کشورهای حوزه خلیج فارس مانند امارات متحده عربی، قطر، عمان و عربستان هستند. همچنین به توجه به رویکردهای شرکت، طرح ها و برنامه های نیز در خصوص گسترش و توسعه بازار صادراتی نیز وجود دارد.

به عنوان صادرکننده نمونه استان به یک واحد صنایع غذایی برای قدم نهادن در حوزه صادرات، چه ویژگی هایی را باید در سیستم ها و فرآیندهای کاری خود ایجاد نماید؟

مهمترین گزیه ای که می توان به آن اشاره کرد. به کار بردن حداکثر توان جهت تولید محصولات با بالاترین کیفیت و توان حفظ کیفیت آن می باشد و چون سایر فعالیت ها و برنامه ریزی ها به نوعی تحت الشعاع و در خدمت این تصمیم هستند، باید منتظر با همین هدف تسین گردند.

اهداف کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت شرکت زربین غزال در جهت توسعه صادرات محصولات خود چیست؟

در حال حاضر با توجه به شرایط جهانی، لسرتی های شرکت منتظر و مصبق با تعصبات اقتصادی شکل





عابد سجادیان؛
مدیرعامل شرکت عصاره ناب (رایج - رضایت)

واحد نمونه روز جهانی غذا در سال ۱۳۹۷

کار آفرین برتر شهرستان مرودشت
انتخاب به عنوان واحد برتر استان فارس در روز جهانی غذا
مجمع کشت و صنعت عصاره ناب شیراز با بهره گیری از فضای مناسب
هم از نظر موقعیت جغرافیایی هم از نظر تنوع و کیفیت مطلوب مواد
اولیه مرغوب کشاورزی و با سرمایه معادل ۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال اده
میلبارد ریال، در سال ۱۳۸۵ به بهره برداری رسید و پس از اخذ
مجوز های بهداشتی و بین المللی از جمله ISO 2200, HACCP
ISO9001, شروع فعالیت خود را با تولید محصولات رب گوجه فرنگی،
خیار شور، شوربجانت ترشیجات و... با نام های رضایت و رایج آغاز نمود
و توانسته در طی سالهای اخیر در حین ارتقای کیفی محصول و افزایش
ظرفیت تولید و فروش، رشد بی نظیری داشته باشد.

عابد سجادیان متولد ۱۳۴۵ دارای مدرک تحصیلی دپلم اقتصاد
ساکن شهر سبدان است. وی به پشتوانه ۲۵ سال سابقه در امر تولید
در صنایع غذایی، در سال ۱۳۸۵ فعالیت اختصاصی خود را با غلبه بر
مشکلات کاری و با پشتکار و توکل به خدا و تجارب بدست آمده به
صورت منمركز با احداث شرکت صنایع غذایی عصاره ناب شیراز آغاز
نمود و با اخذ عناوین برتر نشان داد که هدف وی پیشبرد راه صحیح
در راستای تولید محصولات غذایی است. از جمله عناوین کسب شده
توسط وی عبارتند از:

برنده تندیس چهره های کار آفرین برتر کیفیت و بهره وری
در بافت نشان طلای مدیران قدرتمند و اثر بخش
صادر کننده نمونه استان

■ محصولات شرکت را به صورت کامل معرفی و شرح دهید.

- ۰۴ خیار شور
- ۰۵ انواع رب (در آینده نزدیک)
- ۰۶ انواع سس (در آینده نزدیک)

- ۰۱ رب گوجه فرنگی در اوزان مختلف
- ۰۲ شوربجانت
- ۰۳ ترشیجات

واحد فروش این شرکت با مشتریان برقرار است، رنگ و طرح های گرافیکی مورد توجه مشتریان گزارش و نهایتاً بسته بندی مورد نظر و علاقه مشتریان! ایده می گردد که می توان موقعت عصاره ناب شیراز در این زمینه را احراز به سلیقه مشتری و ارائه چندین طرح مختلف جهت یک نام تجاری نام برد.

■ اصلی ترین مشکلات و ننگنه های پیش روی عصاره ناب و به طور کلی صنایع غذایی استان، در تامین مواد اولیه و تجهیزات مورد نیاز، مراحل تولید و برنامه صادرات محصولات چیست و برای حل این مشکلات از چه راهکارهایی استفاده نمودید؟ انتظارات شما از دولت چیست؟

از بزرگترین مشکلات تولید کنندگان به ویژه در صنایع غذایی کمبود نقدینگی جهت اصلاح زیر ساخت ها، خرید مواد اولیه مناسب و خرید دستگاه های به روز و مورد نیاز و همچنین بی ثباتی وضعیت ارزی و قیمت مواد اولیه بسته بندی می باشد که صنعتگران نیازمند حمایت کافی از جمله کاهش سود مالی، کاهش مالیات و تأمین سرمایه در گردش از طریق دریافت تسهیلات بانکی می باشند. جمله مشکلات پیش روی تولید کنندگان در امر صادرات را می توان بالا بودن قیمت تمام شده محصولات مواد غذایی بدلیل ناتوانی پذیرایی قیمت ها از توانمندی از بی و نهایتاً قیمت تمام شده محصول نماند که در حال حاضر غیر رقابتی شده و صرفه اقتصادی ندارد و نیز سندی برنامه ریزی های مدیرانه دولت جهت ثبات نرخ ارز می باشد.

■ اهداف و آرمان های پیش روی شما در این شرکت چیست؟

آرمان اصلی شرکت عصاره ناب شیراز کشف بازارهای جدید و قوی و تولید محصولات گملا سالم و جرای تولید محصولات با بسته بندی های جدید و به روز و نامیس شعبه پنجم شرکت می باشد.

می و استقرار استاندارد های بین المللی و بر حسب گذاری صحیح و همچنین اخذ مجوزها و پروانه های ساخت با فرمولاسیون جدید با کاهش میزان نمک در تمامی محصولات و درج صحیح اطلاعات از طریق نشانگر های رنگی تغذیه ای در فرآورده های غذایی این شرکت دکت.

■ با توجه به حساسیت جامعه در زمینه استفاده از فرآورده های کنسروی، از چه راهکارهایی برای جلب میل بیشتر مصرف کنندگان نسبت به خرید محصولات شرکت و اطمینان خاطر آن ها استفاده می نمایید؟

از آنجا که مجموعه مدیریت این شرکت دارای تجربه و سبک طولانی در زمینه تولید محصولات کنسروی می بوده و با شناختی که از مواد اولیه مصرفی دارد، استفاده از مواد اولیه مرغوب و با کیفیت و رعایت موازین بهداشتی نحوه نگهداری و محافظت از محصول را جز لاینفک برنامه تولید شرکت قرار داده که این امر باعث افزایش کیفیت محصول بوده است. ما دوام شرکت در شرایط سخت و حساس کنونی و افزایش ظرفیت تولید مواد پرین بوده که ما توانسته به نیازها و خواسته های مشتریان را برآورده کرده و با سطوح انتظارات مشتریان همسو باشیم و نهایتاً مشتریان خاص خود را جذب نماییم.

■ در زمینه ارائه محصولات با بسته بندی و شکل قهاری جذاب و البته با کیفیت، برنامه و سیاست عصاره ناب چیست؟ به چه میزان در این زمینه موفق بوده اید؟

شرکت عصاره ناب شیراز بر اساس تحقیق و بررسی های فراوان جهت تعیین مواد اولیه بسته بندی و بر اساس ارزیابی تامین کنندگان اقدام به خرید بسته بندی های با کیفیت مناسب می نماید و همچنین ما بوجد به از ساط متعابلی که بین

■ جلب رضایت مشتریان در شرکت عصاره ناب با چه سیاست و فرآیندی است و در این راستا چه اقدامات خاصی صورت گرفته است؟

سیاست های راهبردی شرکت عصاره ناب شیراز ارائه محصولات یا خدمات با کیفیت مورد انتظار مشتریان است که در این راستا این شرکت با توانایی هایی که در زمینه برقراری ارتباط با مشتریان و همچنین حسن خدمت خودت پذیری در ارائه محصولات با کیفیت به مشتریان را داشته، توانسته است توانایی و شایستگی های خود را به ثبت برساند.

■ چه اقداماتی باعث انتظاب شرکت عصاره ناب به عنوان واحد نمونه روز جهانی غذا در سال ۱۳۹۷ شده است؟

تربیدی نیست که در عصر تولید بوده و رفاهیت بی انتها، به ازمان هایی می تواند به موقعت دست یابد که میزان رضایت مشتری اینجور تا سطح وفاداری کامل افزایش دهند و اجس ترین مساله در رسیدن به این رضایت در شرکت عصاره ناب شیراز ارائه کالا با خدمات با کیفیت مورد انتظار مشتریان جز چی و کسب رضایت کامل بر سبب رعایت اصول و مقررات سازش های مرتبط است که از طریق عمل مدیریت مناسب در مواجهه به مسائل درون سازمانی و بیرون سازمانی تحقق یافته است. این شرکت توانست با تکیه بر تولید محصول سلامت محور و منطبق با استانداردهای مربوطه و همچنین سلیس الات و آراستگانه، عنوان واحد نمونه منتخب اناره نظارت بر موان غذایی در سال ۱۳۹۷ را کسب نماید.

■ یکی از مهمترین شاخص های انتخاب واحدهای نمونه روز جهانی غذا، ایمنی، سلامت و کیفیت محصولات تولیدی است. شرکت عصاره ناب در فرآیند تولید فرآورده های کنسروی با بالاترین سطح ایمنی و کیفی، از چه روش ها و فرآیندهایی برای موفقیت در این بخش بهره گرفته است؟

از آنجا که مهمترین معیارهای سلامت و ایمنی کالاها شاخص کیفیت محصول بوده و بر اساس کنترل و نظارت سازمان های ذیربط از جمله سازمان غذا و دارو و شبکه بهداشت از محل تولید، حمل و نقل تا عرضه کالا قابل تشخیص می باشد. دلیل اصلی انتخاب محصولات این واحد میجان بهر تأیید سازمان های مهم از جمله سازمان غذا و دارو و سازمان های مرتبط دانسته. ر جمله روش های بکار گرفته در این واحد می توان به استفاده از نیروهای متخصص و مسهد و رعایت استاندارد





تغذیه مناسب در بیماران مشکوک یا مبتلا به COVID-19

سبزیجات و شیر یا ماست غنی، شلله زرد، سوپ
هویج، سوپ عدس و ...

غذاهای نرم: پوره سیب زمینی، پوره سبزیجات
(گندو حلوائی، گندو سبزه، لوبو، هویج و ...)، پوره
حبوبات (عدس و لوبیا)، تخم مرغ آب پز، نان تست
دور گیری شده به همراه پنیر، پوره زیتون و ...

● ناهار:

مایعات صاف شده: آب صاف شده، آبگوشت
صاف شده بدون چربی، آب میوه و ژله (میوه‌هایی
که اسیدی و ترش نباشند) و ...

مایعات کاسل: سوپ پر پروتئین
(گوشت و مرغ)، سوپ سبزیجات، سوپ
سبزیجات و مرغ، ماست پروبیوتیک و ...
غذاهای نرم: کتله نرم، پوره مرغ یا بوقلمون،
سیب زمینی آب پز، سبزیجات پخته شده و نرم،
پوره سبزیجات، ماست پروبیوتیک، حلیم، انواع
سوپ‌ها، خوراک لوبیا حبیبی و گوشت یا مرغ جرخ
شده و ...

● شام:

مایعات صاف شده: آب گوشت یا مرغ بدون چربی،
آب میوه، آب سبزیجات، ژله و ...

مایعات کاسل: سوپ‌های پر پروتئین و پر کالری (به
عنوان مثال اضافه کردن روغن زیتون جهت افزایش

■ تغذیه صحیح در بیماران مبتلا به کرونا

● **بر اساس آخرین تحقیقات موارد زیر جهت
تنظیم رژیم غذایی بیمار باید در نظر گرفته
شود:**

۱. تنظیم دقیق میزان انرژی و پروتئین رژیم غذایی
فرد
۲. استفاده از رژیم غذایی نرم، پر پروتئین و پر کالری
(مشهد می شود در صورت استفاده از رژیم غذایی
مایعات، ظرف حد اکثر دو روز رژیم غذایی به رژیم
نرم تغییر یابد)
۳. هر صورت نیز، استفاده از مکمل‌های تجاری
مناسب انترامین به عنوان وعده‌های کمسی یا میان
وعده‌ها جهت تأمین انرژی و پروتئین مورد نیاز
بیمار در هر کدام از وعده‌های صبحانه، ناهار و شام
ممکن است نیاز به مصرف مایعات صاف شده،
سبزیجات کدو یا غذای نرم باشد.

در زیر مثال‌هایی از غذاهایی را که میتوان به صورت
نکی یا در ترکیب با هم در این وعده‌ها به کار برد
میان می‌شود:

● صبحانه:

مایعات صاف شده: آبگوشت صاف شده، آب میوه
صاف شده چینی یا قهوه و عسل و ...

مایعات کاسل: شیر یا چای و عسل به همراه فرنی یا

کرونا ویروس ها خانواده برزخی از ویروس‌ها و ربر
مجموعه‌ای کرونا و برینه هستند که از ویروس سرما
حدوداتی معمولی تا عامل بیماری‌های شدید تری
همچون سارس و کووید ۱۹ را شامل می‌شود.
آخرین نوع کرونا ویروس در دسامبر ۱۹-۲۰ در شهر
وو‌هان چین با همه گیری نسبی شیوع پیدا کرد.
علامه این بیماری می‌تواند به اندازه سرماخوردگی عادی یا
تب سرفه، تنگی نفس و مشکلات حاد تنفسی باشد
این ویروس بر خلاف سارس نه تنها دستگاه تنفسی
بلکه دستگاه گوارش و ارگان‌ها حیاتی دیگر مانند
کلیه و کبد را نیز درگیر می‌کند.

■ نقش تغذیه در بیماری کرونا

بر اساس منابع علمی، تعدیه یکی از مهم ترین
راه‌های حفظ سلامتی و تقویت سیستم ایمنی
است. بر اساس این منبع، برای مقابله با بیماری
کووید-۱۹، به نظر می‌رسد بهتر این باشد که به
دستگاه ایمنی با استفاده از تانس مایعات مورد نیاز،
انرژی، پروتئین و ریز معدنی‌ها می‌باشد. همچنین
افراد مبتلا به این بیماری به دلیل ضعف سیستم
ایمنی و کاهش شدید اشتها، به حمایت تغذیه‌ای
مراجعات اصول بهداشتی نیازمندند.

● **تغذیه در بیماران دچار دیسترس تنفسی:**

در بیماران دچار دیسترس تنفسی، علاوه بر رعایت نکات گفته شده، توجه به نکات زیر حائز اهمیت است.

● قهوه بی نازه و فاقد هر گونه افزودنی، به علت داشتن خاصیت ضد کندی بر برونش ها می تواند در کاهش دیسترس تنفسی موثر باشد. (فقط از مصرف بیماران سابقه ای آلرژی به قهوه و کافئین پرهیز شود).
● مصرف قندهای ساده و شکر در این بیماران باعث افزایش دیسترس تنفسی و سرکوب عملکرد سیستم ایمنی می شود.

● مویز (کشمش قرمز) به خاطر داشتن مقدار بالایی تی هموگلوبین می تواند عملکرد ضد التهابی ریوی و کاهش دیسترس باشد و جایگزین مناسبی برای قند می باشد.

● مصرف پروبیوتیک ها، فریب باکتری از این بیماران که تحت درمان یا داروهای ضد ویروس هستند اثر درمان را کاهش داده و ممنوع می باشد.

● مصرف آجیل سویا بدون نمک در کنار سایر مغزها، به صورت بوذر شده، به علت داشتن پروتئین و آنژی آکسینل بالایی می تواند در بهبود وضعیت بیماران مفید باشد.

● از سیبوس های بسته بندی شده جهت افزودن به مواد غذایی استفاده شود.

● از لبنیات کم چرب و پروبیوتیک استفاده شود. کبیه غناها به صورت بخارپز، آب پز و کبابی باشد. در وعده های غذایی روزانه از روغن زیتون استفاده شود.

● از ادویه های محرک مانند فلفل و کنوبه کاری در پخت غذاها استفاده نشود.

● در دور چین های غذایی از نعنا، ریحان، جویانه گیاهان (گندم، ماش و...)، بوره سیب زمینی و هویج، نارنج، زیتون، کوبیده قهوه و... استفاده شود (توجه: بی شست شوی صحیح اسوزش دانه شود و بر چسب از مواد غذایی ختم استفاده نشود).

● سوپ های مقوی حاوی شیر، لوبیا، قارچ، کدو حلوانی و... مصرف گردد.

● غذاهای ترد یا بوره ای برای بیماران ناتوان یا ناتوانی کم تهیه شود.

● عدویه بر وعده های اصلی - میان وعده های متفاوت استفاده شود (عل، شیر، میوه و...).

● در هفته ۲ الی ۳ مرتبه مایه استفاده شود.

● در صورت نیاز جهت افزایش انرژی دریافتی می توان از محلول های خوراکی حمایت تغذیه ای (ONS) مانند انتراسیل، فورتمیل، نوتریسن درینک یا بیلانک استاندارد استفاده کرد.

کافی سوپ) ماست کم چرب، سوپ سبزیجات و...
غذاهای نرم: کدو، سوپ بر بروش و کدو، سوپ سبزیجات، کباب تابه ای با سبزیجات، ماست کم چرب پروبیوتیک، نان لواش و پوره مرغ و سبزیجات و...

همچنین به دلیل اهمیت رعایت الگوی غذایی سالم می بایست نکات زیر در پیگیری غذایی این افراد در نظر گرفته شود:

● **رعایت نکات بهداشتی:**

● استفاده از مواد غذایی بسته بندی شده در کارخانه ها (مانند نان صنعتی، قند بسته بندی شده و...).

● تمامی غذاها، اعم از انواع گوشت ها، بچه مرغ، سبزیجات و غیره به خوبی پخته شود و سرد نیز باقی نماند.

● حذف غذاهایی مانند کباب کوبیده، شنیسل و غذاهایی که ممکن است مرکز آن به خوبی پخته نشود (مصرف چوبد کباب به صورت تکه های ریز و کتلا پخته ملامت است).

● سبزیجات پخته به صورت سوپ سبزیجات و انواع خورش ها مصرف گردد.

● تمامی غذاهای سرد غیر قابل گرم کردن (مانند نیمه) از غذای بیماران بر سر حذف گردد.

● **رعایت نکات تغذیه ای سالم:**

● از نل های سیبوس دار استفاده شود.

■ **نتیجه**

به طور کلی به دلیل نقش کلیدی تغذیه در تقویت سیستم ایمنی، حفظ عضلات بدن و جلوگیری از تحلیل بیمار حائز اهمیت است. به همین دلیل، تقسیم رژیم غذایی دقیق و توجه به بنداشت مواد غذایی و الگوی سالم غذایی در این بیماران می تواند به بهبودی سریعتر این بیماران کمک کند. استفاده از مواد غذایی حاوی ریز مغذی ها، پروتئین و آنژی آکسین ها، مانند میزان کافی و با رعایت نکات بهداشتی (بسته و پخته شده) و توجه به نکات ذکر شده در بالا می تواند به سلامت بیماران، افزایش سرعت بهبودی آن ها و کاهش بار کاری و هزینه های مالی سیستم سلامت کمک کند.

■ **منابع**

رحمانی طاهر، دانشجو کارشناسی ارشد تغذیه باسلامت، سببوش بابا جعفری اسفند آبادی رییس مرکز تحقیقات غذا به دانشگاه علوم پزشکی شیراز.





سید مهیار مسودی
مدیرعامل شرکت یخ بهداشتی دراک صوفی

مدیریت بهداشتی، برنامه ریزی تولید و زنجیره فروش است به طور کلی مدرسه کردن تولید باعث حفظ سلامت و کیفیت بیشتر فرآورده ها در کارخانه های غذایی و آشامیدنی می باشد.

■ برنامه ها و سیاست های راهبردی دراک صوفی برای حفظ و ارتقای کیفیت محصولات شرکت چیست؟

کارخانه ما با بهره مندی از پرسنل متخصص و مانچر ها و تجهیزات به روز حفظ تولید و آزمایشگاه و همچنین به کارگیری استانداردهای کاری توانسته فعالیت خود را توسعه و همچنین با راه اندازی آزمایشگاه میکروبی شناسی و شیمی و بسته بندی های با وزن های متفاوت و با کیفیت، سطح محصولات خود را ارتقا دهد.

جامعه می تواند داشته باشد. به علت نبود این محصول در جنوب کت و تلاش کرده ایم سهم قابل توجهی در سلامت جامعه داشته باشیم.

■ ماشین آلات و تکنولوژی های بکار گرفته شده در این واحد تولیدی در چه سطحی است؟ به طور کلی تاثیر محریزه کردن خط تولید در واحدهای صنایع غذایی، آشامیدنی، دارویی و بهداشتی، چه تأثیرات مثبتی به همراه دارد؟
این روزها ماشین قابل توجهی از تولید مربوط به ماشین آلات و تکنولوژی بکار گرفته شده می باشد که استراری کردخانه یخ دراک استفاده از دانش فنی دنیا در این حوزه بوده که شامل بخش فنی و ماشین آلات، آزمایشگاه میکروبی شناسی، شیمی و بسته بندی،

سید مهیار مسودی متولد ۱۳۶۲ مدیرعامل کارخانه یخ بهداشتی دراک صوفی با داشتن مدرک مهندسی الکترونیک به عنوان اولین تولید کننده یخ بسته بندی واقع در استان فارس، شهر شبراز، فعالیت خود را از ابتدای پائیز ۱۳۹۴ با نام تجاری یخ دراک آغاز نموده است. ظرفیت تولید کارخانه روزانه ۲۰ تن و تعداد نیروهای این مجموعه ۲۱ نفر پرسنل تولید و نیروهای متخصص می باشند.

■ محصولات شرکت را به صورت کامل معرفی و شرح دهید.
تولید یخ بهداشتی بسته بندی شده مطابق استاندارد ۲۱۱۱۲ ملی ایران در وزن های متفاوت برای مصرف خانگی و صنعتی

■ محدوده جغرافیایی فعالیت تولید و توزیع محصولات شرکت به چه صورت می باشد؟
محدوده جغرافیایی توزیع محصولات، سراسر استان فارس، بندرعباس، بوشهر و کیش می باشد.

■ هدف از ایجاد و تاسیس این شرکت را بیان نمایید.
یخ به دلیل اینکه نقش مهمی در تنظیم حرارت و محدود نمودن سطح رشد میکروب دارد و باعث حفظ مواد می شود، اهمیت زیادی در سلامت

■ **با توجه به حساسیت جامعه در زمینه استفاده از فرآورده‌های غذایی و بهداشتی، چه راهکارهایی برای افزایش رضایتمندی مصرف‌کنندگان از نظر سلامت و ایمنی محصولات دارید؟**

حفظ و ارتقا بخش رضایت مشتری به عنوان یک اصل مهم در مدیریت اجرایی فعالیت کارخانه نفتی ماسی دارد. جهت تحقق این امر، این شرکت با اقداماتی همچون (۱) اجرای صحیح سیستم مدیریت کیفیت و ایمنی مواد غذایی (۲) ایجاد واحد تحقیق و توسعه شرکت، ضمن مطالعه و تحقیق خوسه مستری اقدام به طراحی و ساخت محصولات با وزن‌های متفاوت می‌نماید.

■ **سیستم بسته بندی مدرن و با کیفیت در شرکت دراک صوفی چه جایگاهی دارد؟ به طور کلی شکل بسته بندی چه تاثیری در میل خرید مصرف‌کنندگان و همچنین ماندگاری و حفظ کیفیت محصول دارد؟ در بسته بندی بیخ بهداشتی برای حفظ سلامت و ایمنی محصول و ماندگاری بیشتر آن از چه روش‌هایی استفاده می‌نمایید؟**

این کارخانه برای بسته بندی محصولات خود از کسب‌وکارهای مدرن و گران‌هنگامی برخوردار است. این امر برای حفظ کیفیت محصولات از خط تولید تا توزیع استفاده می‌کند که برای استاندارد و پروانه بهداشتی و کیفیت ماندگاری بالایی می‌باشد. محصولات این کارخانه با وزن‌های متفاوتی تولید می‌شوند که مورد استفاده کارخانه‌ها، کافی شاپ‌ها و مصارف خانگی قرار می‌گیرند.

■ **آیا محصولات شرکت، امکان عرضه در بازارهای خارجی هم دارد؟ لطفا توضیح دهید.**

با در نظر گرفتن نیاز کشورهای همسایه و ایجاد شعبه‌ها در تلاش برای صادرات به سایر کشورهای هستیم.

■ **اهداف، چشم‌اندازها و آرمان‌های شما در این شرکت چیست؟**

امی ترین آرمان شرکت، ایجاد اشتغال پایدار و تعداد مطلوبی و همچنین تلاش برای افزایش رضایت مشتریان، محاسباتی و افزایش کیفیت و محصولات جانس بیخ در سید تولید کارخانه می‌باشد.

و در پایان

توصیه‌های مسئول فنی کارخانه

از خرید بیخ‌های قالبی جداگانه خودداری کنید. بیخ به دلیل اینکه به صورت مستقیم و بدون فرآوری و برای حفظ مواد غذایی مصرف می‌شود از اهمیت زیادی برخوردار است. بیخ‌های قالبی منبع آب مشخصی ندارند و فرآیند تصفیه بر روی آن‌ها انجام نمی‌شود. آب‌های آلوده خود نسبت بهفاری‌های حبصیه و ویا... می‌شود و فرآیند تصفیه با همان بیخ زدگی میکروارگانیسم‌ها را از بین نمی‌برد و حتی ممکن است بیشتر شود. بنابراین مصرف‌کنندگان باید بیخ را از مراکز عجاز بهداشتی تهیه کنند تا خطر آن ناشی از مصرف بیخ آلوده کم‌تر شود.





Customer Oriented

Leading brands
in customer relationship

GOLDEN DEER



It is Hereby Certified That :

Dr. samaneh abbasi

Manager of Noavaran kashaf shahr raz co.

Based on the Bradfordcert experts' examination, she excelled in modern customer relationship management. In addition to having an exemplary character, she has been constantly improving her business knowledge. In testimony whereof Bradfordcert do bestow this certificate of appreciation upon her and she joins the World Customer-Oriented Club.

Registration Number:
RSQ7142343656

Customer-centric business strategy that focuses on putting your customer first and at the core of your business. It allows you to build long-term relationships.



Denny G. ...
Executive Director
Date: May 7, 2020
www.Bradfordcert.com

بدین وسیله گواهی می شود
سرکار خانم دکتر سمانه عباسی
مدیریت آزمایشگاه نوآوران کاشف شهر راز

طبق بررسی های بعمل آمده توسط کارشناسان شرکت بردفوردسرت، در حوزه ارتباطات مدیران با مشتری بسیار عالی عمل کرده و پیوسته در حال ارتقای دانش بیزینس خود بوده و فردی تاثیرگذار می باشند. برای همین امر این لوح سپاس از طرف شرکت بردفوردسرت به ایشان تقدیم می گردد و به **باشگاه بزرگان مشتری دنیای پیوستند**.
شرکت بردفوردسرت در انگلستان ثبت رسماً شده است، موضوع شرکت آموزش پیشرفته ترین روش های مدیریت است.



آزمایشگاه

نوآوران کاشف شهر راز



همساز با تولیدکنندگان، همقدم با بازرگانان و همراه با مصرفکنندگان

دارنده گواهینامه ISO 17025 از مرکز تایید صلاحیت ملی ایران و آزمایشگاه همکار سازمان غذا و دارو، اداره کل استاندارد فارس و سازمان دامپزشکی کل کشور

توانمندی‌های آزمایشگاه

- انجام کلیه آزمایش‌های فیزیکی و شیمیایی، میکروبی و میکروپ تخصصی
- انجام کلیه آزمایش‌های تخصصی مطابق درخواست واحدهای تولیدی زیر نظر مراجع ذیصلاح بر روی کل فرآورده‌های خام دامی، فرآوری شده و استاندارد

این آزمایشگاه با به کار گیری نیروهای جوان و پویا، قادر به انجام کلیه طرح‌های تحقیقاتی، پایان‌نامه‌های دانشجویی و پروپوزال‌های اساتید محترم دانشگاه‌ها می‌باشد.



۰۷۱-۳۲ ۲۹ ۵۰ ۸۸
۰۷۱-۳۲ ۲۹ ۵۰ ۸۹

شیراز . میدان آزادی (گاز) . خیابان ابریشمی
فرعی یزدان‌مهر . کوچه ۴ . پلاک ۲۰

no.kasheflab@gmail.com noavarankashefshahrrazlab

هفته به هفته



هفته به هفته

شرکت بسته بندی مرغ و گوشت

تولید و بسته بندی فرآورده های گوشتی



📍 فارس - شیراز - کیلومتر ۱۵ جاده شیراز - جهرم

قبل از روستای تفیهان (تیون) ، کوچه اسب سواری

☎ فرعی اول، سمت راست، درب اول ۰۷۱-۳۷۷۶۶۶۱۶

📠 ۰۹۱۷۳۰۷۹۹۰۳ / ۰۹۰۱۰۴۲۰۰۳۰

زین نغش

بزرگترین واحد چاپ
فلکسوگرافی و
روتوگراور ۸ رنگ
در جنوب کشور

BOPP - CPP



انواع لفاف های بسته بندی غذایی و بهداشتی

انواع ساک دستی نایلونی و نایلکسی تبلیغاتی و
فروشگاهی زیست تخریب پذیر / فیلم تک لایه و
چند لایه پلی اتیلن / فیلم شریک پک / انواع
سفره یکبار مصرف / کیسه زباله و فریزری رولی

Instagram : zarrinnaghsh
www.zarrinnaghsh.com
Info@zarrinnaghsh.com

شیراز / شهرک صنعتی بزرگ / نیش میدان کوشش / خیابان ۲۰۱
تلف: ۰۷۹ ۲۲ ۷۴ ۲۲ ۵۸ - ۰۷۹ ۲۲ ۷۴ ۲۲ ۵۸ - ۰۷۹ ۲۲ ۷۴ ۲۲ ۵۸



موسسه آموزشی بورس تحلیل پارسه

Exchange Training Institute
Tahlil -e- Parse



◀ موسسه تحلیل پارسه با هدف ارتقا سطح علمی و آموزشی دانشجویان کلاس های آموزشی تحلیل بورس را با کادری مجرب و با بهترین و جدیدترین سیستم آموزشی برگزار می کند.

فارس . شیراز . خیابان عفیف آباد
کوچه ۱۲ . ساختمان اوتانا . طبقه پنجم

☎ ۰۷۱ - ۳۶۴۸۴۲۶۱

☎ ۰۹۱۷ ۲۰۱ ۱۳ ۷۱

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

 [T.me/tahlileparseh](https://t.me/tahlileparseh)



عوامل موثر بر میزان استخراج لیکوپن در فرآوری گوجه فرنگی



زهرا جهرمی

دانشجوی دکتری تخصصی علوم و مهندسی صنایع غذایی، کارشناس کنترل کیفیت شرکت نفت بناب



زهرا بانیشی

دکتر آموخته کارشناسی علوم و مهندسی صنایع غذایی، مدیر تحقیقات و تضمین کیفیت شرکت نفت بناب



علی پورمند

دکتر آموخته کارشناسی علوم و مهندسی صنایع غذایی، مدیر تولید شرکت نفت بناب



اسماعیل علی محمدی قرد

دکتر تخصصی علوم و مهندسی صنایع غذایی، مدیر عامل شرکت نفت بناب



■ مقدمه

گوجه فرنگی به لحاظ اقتصادی دومین سبزی مهم دنیا است که تقریباً در سراسر کشور ما تولید می‌شود. لیکوپن مهم‌ترین ترکیب شیمیایی گیاهی موجود در گوجه فرنگی است و با خاصیت آنتیاکسیدانی خود قادر است رادیکال‌های آزاد را خنثی کرده و از نسل‌های افراد به بیماری‌هایی از قبیل سرطان - پیری زودرس، مشکلات قلبی و عروقی، یوگی استخوان، دیابت و بسیاری از مشکلات و

بیماری‌های دیگر جلوگیری کند.

افاض مهر و آصفی (۱۳۹۱) لیکوپن رنژدانه قرمز موجود در بسیاری از میوه‌ها و برخی سبزیجات است. این ترکیب ۴۰ کربسی، دارای ۱۱ پاند دوگانه مزدوج و دو پاند دوگانه غیر مزدوج می‌باشد. این ویژگی ساختاری آن را مستعد جذب کسیرین یکنه و رادیکال‌های آزاد که در شرایط محیطی در بدن و مواد غذایی مستعد به وجود می‌آید، می‌سازد. دو ترکیب ذکر شده در بدن باعث ایجاد سرطان و اثرات

باعث اکسید شدن ترکیبات غذایی و فساد می‌گردد. ۸۵ درصد رنگ قرمز گوجه فرنگی ریشه به دلیل حضور لیکوپن در میال بخش‌های مختلف گوجه فرنگی است. (احمدزاده و همکاران، ۱۳۹۴) پوست گوجه فرنگی بیشترین میزان لیکوپن (حدود ۷۰ درصد) را داراست. پوست گوجه فرنگی در طی فرآوری رب گوجه فرنگی بیشترین هدر رفت را به دنبال دارد و از این رو لیکوپن زیادی از دست می‌رود.

این پوست های دور بر زنده حاوی مقادیر زیادی لیکوپین است که می تواند پس از پز باپی در صنعت غذا و دارو مورد استفاده قرار گیرد. (احمدزاده و همکاران، ۱۳۹۴) تاکنون روشهای مختلف استخراج لیکوپین از گوجه فرنگی پیسنهاد، مورد آزمایش و بررسی قرار گرفته اند. استخراج توسط حلالهای آلی، استخراج با سبال فوق بحرانی، استخراج به کمک آنزیم و استفاده از مایکروویو به همراه امواج فراصوت از جمله روشهای هستند که تاکنون در دنیا جهت استخراج لیکوپین به کار رفته اند. (آندره، ۲۰۰۵) در حال حاضر لیکوپین به عنوان یک عامل رنگ دهنده طبیعی با خواص فرااسودمند (غذا- دارو) مورد توجه صنعت غذا و دارو قرار گرفته است و آگاهی مردم نیز از کاربرد آن در حال افزایش می باشد. (حمدزاده و همکاران، ۱۳۹۴)

پیشینه پژوهش

ناکمپا و همکاران (۲۰۰۱) تاثیر فرآیندهای بریکر بر میزان لیکوپین گوجه فرنگی بررسی نمودند. نتایج نشان داد که با تبدیل گوجه فرنگی تازه به رب گوجه فرنگی، میزان لیکوپین به طور معنی داری (۲۸-۹ درصد) کاهش یافت.

خان و همکاران (۲۰۰۷) پس نمودند که فراصوت دهی تغاله گوجه فرنگی قبل از استخراج به وسیله حلال موجب افزایش راندمان استخراج لیکوپین به میزان ۲۵۱۲ درصد می گردد.

هندایانی و همکاران (۲۰۱۸) بیان نمودند که زمان تاثیر معنی داری بر میزان لیکوپین داشت و مدت حرارت دهی ۱۲ دقیقه موجب بیشترین میزان لیکوپین گردید. جوشاندن و بخار موجب افزایش لیکوپین نسبت به نمونه کنترلی گردید. اما بیشترین دوروش حرارت دهی اختلاف معنی داری وجود نداشت.

زورو و لاوجیا (۲۰۱۰) بیان نمودند که بازده استخراج لیکوپین با تغییر زمان و یا دمای گرم خانه گذاری افزایش یافت. در دمای ۲۵ درجه سانتیگراد افزایش زمان تیمار گرمایی تا بیش از ۱۲ ساعت موجب استخراج ۶۰-۸۵ درصد لیکوپین کل گردید. در دمای ۴۰ درجه سانتیگراد ۶۶ ساعت جهت رسیدن به همین میزان استخراج کافی بود.

تجزیه و تحلیل نتایج

بان و همکاران (۲۰۱۷) تاثیر فرآیند حرارتی (۹۰ درجه سانتیگراد به مدت ۶۰ دقیقه)، فرآیند با فشار بالا (۶۰ مگا پاسکال، ۴۶ درجه سانتیگراد، ۵ دقیقه) و هموزنیاسیون با فشار بالا (۲۴۶ مگا پاسکال، ۶۹ درجه سانتیگراد، کمتر از ۱ ثانیه) را بر خصوصیات کیفی آب گوجه فرنگی بررسی نمودند. نتایج نشان داد که فرآیندهای مختلف، تاثیر معنی داری بر میزان لیکوپین نداشت. اما این حال برخی محققان مانند گوپت و همکاران (۲۰۱۱) پس

نموده اند که شرایط فرآیند ۷۰۰ مگا پاسکال، ۳۰ درجه سانتیگراد و زمان ۱۰ دقیقه، با HSU و همکاران (۲۰۰۸) بیان نموده اند که فشار ۵۰-۳۰۰ مگا پاسکال، دمای ۲۵ درجه سانتیگراد و مدت ۱۰ دقیقه و سهجرا، مورنو و همکاران (۲۰۰۰) بیان نمودند که فشار ۴۰۰ مگا پاسکال، دمای ۲۵ درجه سانتیگراد و مدت زمان ۱۵ دقیقه موجب استخراج بهتر لیکوپین در آب گوجه فرنگی می گردد.

چونهارای و همکاران (۲۰۰۷) استخراج لیکوپین از گوجه فرنگی را به وسیله آنزیم های سلولاز و پکتیناز بررسی نمودند. نتایج نشان داد که سلولاز در غلظت ۶ درصد وزنی، وزنی بیشترین استخراج لیکوپین را در گوجه فرنگی کامل داشت. کاربرد سلولاز موجب افزایش میزان بازیافت لیکوپین به میزان ۶۶۳ mg/g (۱۴۴ درصد) گردید. سلولاز بر روی سلول که در دیواره سلولی گیاه وجود دارد عمل می کند. آنزیم سلولاز، سلولز را به گلوکز، سلوبیور و سایرهای گلوکز تجزیه می کند. پکتیناز در غلظت ۰۵ درصد در استخراج مقادیر بالای لیکوپین موثر بود. در نمونه های تیمار شده با پکتیناز میزان بازده لیکوپین ۶۰۱۶ (۱۸۸ درصد) افزایش یافت. پکتیناز نوادی تجزیه پکتین و همی سلولوز را دارد و موجب تجزیه پکتین و برکیبت پکتینی میگردد. زمان پختن جهت گرم خانه گذاری سلولاز به منظور تجزیه دیواره سلولی ۱۵ دقیقه می باشد.

با افزایش زمان گرم خانه گذاری، ممکن است میزان لیکوپین در نتیجه اکسیداسیون کاهش یابد. غلظت ۲ درصد آنزیم سلولاز، بیشترین استخراج لیکوپین از پوست گوجه فرنگی را

نشان داد. همچنین غلظت ۲ درصد آنزیم پکتیناز، موجب افزایش استخراج لیکوپین از پوست گوجه فرنگی گردید. نتایج نشان داد که هر دو آنزیم سلولاز و پکتیناز در افزایش بازده لیکوپین موثر بودند. جهت گوجه فرنگی کامل، پکتیناز با افزایش بازده لیکوپین به میزان ۱۱۹۱ (۲۲۴ درصد) موثرتر از سلولاز و جهت پوست گوجه فرنگی نیز پکتیناز موثرتر از سلولاز بود.

مانده و همکاران (۲۰۱۷) بهینه سازی بازیافت و استخراج لیکوپین از گوجه فرنگی به وسیله پکتیناز را بررسی نمودند. پس بیمار گوجه فرنگی با پکتیناز موجب شکسته شدن پکتین و کمک به آزادسازی لیکوپین می گردد. از نظر اقتصادی، تعیین غلظت بهینه آنزیم جهت استخراج لیکوپین از گوجه فرنگی ضروری می باشد. نتایج این مطالعه نشان داد که با افزایش میزان آنزیم، میزان لیکوپین افزایش و در غلظت های بالاتر مجدد کاهش یافت و در بین غلظت های مورد بررسی (۱-۳ درصد) غلظت ۲ درصد عملکرد بهتری داشت.

غلظت های پایین آنزیم قادر به تجزیه شبکه پکتین نبوده و غلظت های بالا موجب تجزیه سریع، آزادسازی زیاد و در نتیجه اکسیداسیون لیکوپین می گردد. شرایط بهینه همکاران آنزیم از نظر pH، زمان گرم خانه گذاری و pH، میزان استخراج لیکوپین ابتدا افزایش و سپس به دلیل سرعت استخراج و اکسیداسیون لیکوپین کاهش می یابد.

یکی دیگر از فاکتورهای موثر بر استخراج لیکوپین، سرعت هم زدنی می باشد. هم زدنی نه تنها موجب افزایش نمایی بلکه باعث بهبود انتقال حرارت و انتقال جرم می گردد. نتایج



شده با 511.4 ± 4.8 صاب پس از تیمار افزایش قابل توجهی در میزان لیکوپین نشان دادند. **نتیجه گیری**

فشار بالا بر غشای سلول های گیاهی تاثیر گذاشته و استخراج کردن نتایج های متصل به درشت مولکولها به خصوص پروتئینها و لیپیدهای غش را تسهیل می نمایند. (یان و همکاران، ۲۰۱۷) حرارت با تخریب دیواره سلول ها، آزادسازی لیکوپین از ماتریس سلول را تسهیل می کند و موجب افزایش باز یافت لیکوپین می گردد. با افزایش غلظت آنزیم میزان استخراج لیکوپین افزایش می یابد که ناشی از تخریب بیشتر یکپس سلولر و همی سلولر می باشد. کاربرد امواج فراصوت به عنوان محرکی جهت فرآیند تخریب دیواره سلولی و تسهیل بیشتر و موثر رنگ دانک های موجود در پوست است. توجه فرنگی به خصوص لیکوپین، موجب افزایش باز یافت لیکوپین تا ۳۷٪ می گردد.

لیکوپین افزایش یافت. این بدین معنی است که حرارت آزاد سازی لیکوپین از ماتریس، سلول را تسهیل می کند. هات بریکو تغلیظ در دمای ۹۰ درجه سانتیگراد، موجب بیشترین میزان لیکوپین گردید. جدا ناگه و هم کاران (۲۰۱۷) نان و میبل لکتريکی پالسی متوسط را بر میزان لیکوپین گوجه فرنگی بررسی نمودند. همه تیمرهای میدان لکتريکی پالسی (۴ یا ۴۰ S μ m) در همه قدرتها (۲-۱۴ KV/cm) موجب افزایش لیکوپین گردید. مشخص شده است که مبدل الکتریکی پالسی ممکن است آزریم های مورد نیاز جهت سنتز کارتنوئید و فنل را فعال کند و تولید متابولیت های ثانویه را در میوه ها و سبزی ها تحریک نماید. میزان لیکوپین در تیمارهای ۴ و ۸۰ S μ m با گذشت زمان تا ۲۴ و ۴۸ - اصل هلدینگ افزایش یافت. بیشترین زمان تیمار (۳۲۰ KV) بلافاصله پس از تیمار، بیشترین میزان افزایش لیکوپین را نشان داد و پس از آن کاهش یافت. توجه فرنگی های بیمار

نشان داد که تا سرعت هم زد، ۱۵۰ rpm میزان آزاد سازی لیکوپین افزایش و در سرعت های بیشتر کاهش یافت. هدایانی و همکاران (۲۰۱۸) تاثیر روش های حرارت دهی (جوشاندن و بخار) و زمان حرارت دهی (۱۲، ۱۶ و ۲۰ دقیقه) بر میزان لیکوپین گوجه فرنگی بررسی نمودند. نتایج نشان داد که بر هم کش بین روش و زمان حرارت دهی تاثیر معنی داری بر لیکوپین نداشت. زمان، تاثیر معنی داری بر میزان لیکوپین داشت و مدت حرارت دهی ۲ دقیقه موجب بیشترین میزان لیکوپین گردید. جوشاندن و بخار موجب افزایش لیکوپین نسبت به نمونه کنترلی گردید اما بین دو روش حرارت دهی اختلاف معنی داری وجود نداشت. حس و همکاران (۲۰۱۹) تاثیر پش گرم کردن و دما را بر خصوصیات فیزیکی و شیمیایی رب گوجه فرنگی نیمه تغلیظ شده بررسی نمودند. با افزایش دمای خورد کردن و فرآیند، میزان

منابع:

- ۱- احمدزاده، بصیری، ج. و صالحی فر.م. ۲۹۳۱. مقایسه استخراج لیکوپین از پوست گوجه فرنگی با کاربرد فراصوت و عدد اعمال آن به روش رویه پاسخ. نشریه نوآوری در علوم و فناوری غذایی، ۱۱(۱): ۵۱-۵۷.
- ۲ قیاض مهر، پ. و آصفی، ن. ۱۹۳۱. تاثیر امواج فراصوت بر مقدار و ظرفیت آنتی اکسیدانی لیکوپین استخراج شده از تفاله گوجه فرنگی. نشریه پژوهش های صنایع غذایی، ۱۲(۲): ۸۴۲-۱۴۲
- 3-Andre, I-khuri., 2005. Response Surface Methodology and Related Topics. university of Florida, USA. World Scientific chapter2: 19-47.
- 4- Choudhari, S.M. and Ananthanarayan, L. 2007. Enzyme aided extraction of lycopene from tomato tissues. Food Chemistry, 102: 77-81.
- 5- Gupta, R., Kopeck, R. E., Schwartz, S. J. and Balasubramaniam, V. M. 2011. Combined pressure-temperature effects on carotenoid retention and bioaccessibility in tomato juice. Journal of Agricultural and Food Chemistry, 59 (14): 7808-7817.
- 6- Han, H.E. and Qun, W. 2007. Study on the effect of ultrasonic on lycopene extraction. Journal of Science and Emerging Technologies, 8: 107-117.
- 7- Handayani, U.F., Wizna, W., Suliansyah, I., Rizal, Y. and Mahata, M.E. 2018. Effects of Heating Method on Lycopene, Dry Matter and Nutrient Content of Tomato (*Lycopersicon esculentum*) Waste as Laying Hen Feed. Int. J.P.oult. Sci., 17: 63-70.
- 8- Hassen, Y., Gebre, H. and Hailu, A. 2019. Effects of Pre-Heating and Concentration Temperatures on Physico-Chemical Quality of Semi Concentrated Tomato (*Solanum lycopersicum*) Paste. Hassen et al., J Food Process Technol, 10: 6.
- 9- Hsu, K. C., Tan, F. J. and Chi, H. Y. 2008. Evaluation of microbial inactivation and physicochemical properties of pressurized tomato juice during refrigerated storage. LWT - Food Science and Technology, 41(3): 367-376.
- 10- Jayathunge, K.G.L.R., Stratakos, A., Cregezan-Albertia, O., Grant, I.R., Lyng, J. and Koidis, A. 2017. Impact of Moderate Intensity Pulsed Electric Field (MIPEF) Treatment on Lycopene Content and Lycopene In Vitro Bioaccessibility of Whole Tomato. Tropical Agricultural Research, 28 (4): 447-456.
- 11- Munde, P.J., Muley, A.B., Ladole, M.R., Pawar, A.V., Talib, M.I. and Parate, V.R. 2017. Optimization of pectinase-assisted and tri-solvent-mediated extraction and recovery of lycopene from waste tomato peels. 3 Biotech, 7: 208.
- 12- Sánchez-Moreno, C., Plaza, L., de Ancos, B. and Cano, M. P. 2008. Impact of high-pressure and traditional thermal processing of tomato purée on carotenoids, vitamin C and antioxidant activity. Journal of the Science of Food and Agriculture, 86 (2): 171-179.
- 13- Takooka, G.R., Dao, L., Flessa, S., Gillespie, D.M., Jewell, W.T., Huebner, B., Bertow, D. and Ebeler, S.E. 2001. Processing Effects on Lycopene Content and Antioxidant Activity of Tomatoes. J. Agric. Food Chem, 49: 3713-3717.
- 14- Yan, B., Martinez-Monteagudo, S.I., Cooperstone, J.L., Riedl, K.M., Schwartz, S.J. and Balasubramaniam, V.M. 2017. Impact of Thermal and Pressure-Based Technologies on Carotenoid Retention and Quality Attributes in Tomato Juice. Food Bioprocess Technol, 1-11.
- 15- Zuorro, A. and Lavochia, R. 2010. Mild Enzymatic Method for the Extraction of Lycopene from Tomato Paste. Biotechnology & Biotechnological Equipment. 1-5.

اثر خواص رئولوژیکی ماست غنی شده با فلاونوئید و روغن استخراج شده از پوست مرکبات



ملیحه تزابیده
کارشناس ارشد صنایع غذایی
مسئول کنترل کیفیت شرکت
فراورده‌های لبنی رامک



محمد صادق عرب
دانشجوی دکتری صنایع غذایی، مدرس
تحقیق و توسعه شرکت فراورده‌های
لبنی رامک



ابراهیم تزابی، اردکلی
کارشناس صنایع غذایی، مدیر
شرکت فراورده‌های لبنی رامک

■ حکیده
امروزه با توجه به بحث سلامت محور در حوزه لبنیات، استفاده از رنگدانه‌های طبیعی و کاهش چربی محصولات حاضر اهمیت می‌یابد. در این مطالعه، تولید ماست غنی شده با فلاونوئید و روغن استخراج شده از پوست مرکبات بررسی گردیده است.
فلاونوئیدها، رنگدانه‌های طبیعی هستند که خاصیت آنتی‌اکسیدانی دارند. نتایج نشان داد که افزایش میزان روغن، موجب کاهش اسیدیته و آب‌اندازی (سینرسیس) و افزایش pH درصد چربی و ماده خشک می‌گردد.

واژگان کلیدی: فلاونوئیدها، رنگدانه، روغن، ماست غنی شده، آنتی‌اکسیدان

■ مقدمه
امروزه غنی‌سازی مواد غذایی بسیار مورد توجه قرار گرفته است. یکی از بر مصرف‌کنندگان محصولات لبنی، تخمیری، ماست می‌باشد که از تخمیر شیر به وسیله آغازگرهای سترپتوکوکوس ترموفیلوس و لاکتوباسیلوس بولگاریکوس به دست می‌آید.



گیاهی هستند که تقریباً در تمام میوه‌ها و سبزیجات یافت می‌شوند.

همراه با کاروتنوئیدها، آن‌ها مسوول رنگ‌های روشن هستند. برخی از شناخته شده‌ترین فلاونوئیدها، کورسین و کامفرول هستند.

فلاونوئیدها بیرونی اکسیدان‌های قدرتمندی هستند که دارای مزایای نظیر بهبود التهاب و سینو ایمنی بدن هستند.

■ نتیجه‌گیری

با افزایش میزان روغن، اسیدیته کاهش و pH افزایش می‌یابد. افزودن فلاونوئیدها در ماست سبب ایجاد رنگ و آروم در محصول شده و هر چه درصد فلاونوئید بیشتر باشد، عطر، طعم و رنگ محصول افزایش می‌یابد.

همچنین به دلیل خاصیت فراسودمندی این محصول، استفاده از خاصیت سلامت بخشی فلاونوئید توصیه می‌گردد.

ماست غنی شده با فلاونوئید و روغن استخراجی از پوست مرکبات، دارای خصوصیات آنتی‌اکسیدان و آروماتیک و آروماتیک مطلوب می‌باشد.

تغذیه‌ای و بهبود ویژگی کیفی مواد غذایی مختلف استفاده می‌گردد.¹¹

با بررسی اثر چربی بر پایداری شیر غنی شده با فلاونوئیدها به این نتیجه رسیدند که میزان چربی، اثر محافظت‌کنندگی بر فلاونوئیدهای آسیل شده (حاصل از عصاره ذرت ارغوانی) در شیر دارد.¹²

با جداسازی ترکیبات فتلی از پوست مرکبات با استفاده از حلال گزارش کردند که عواملی نظیر وضعیت پوست مرکبات، دما، میزان و نوع حلال مورد استفاده بر میزان فلاونوئیدها در ترکیبات استخراج مؤثرند.^{13, 14}

مرکبات، ضایعات زیادی در هنگام فرآوری مواد غذایی تولید می‌کنند.

با توجه به اینکه ضایعات دارای فواید و اثرات سلامت بخشی بسیاری می‌باشند سعی بر آن شده تا با تولید ماست فراسودمند حاوی فلاونوئیدها از ضایعات کارخانه‌های آبمیوه‌گیری علاوه بر ارتقا حواص سلامت بخشی محصول تولیدی، نوع آوری نیز به جهت حضور در عرصه رقابت در واحدهای تولیدی صورت گیرد.

فلاونوئیدها گروه متنوعی از عناصر غذایی

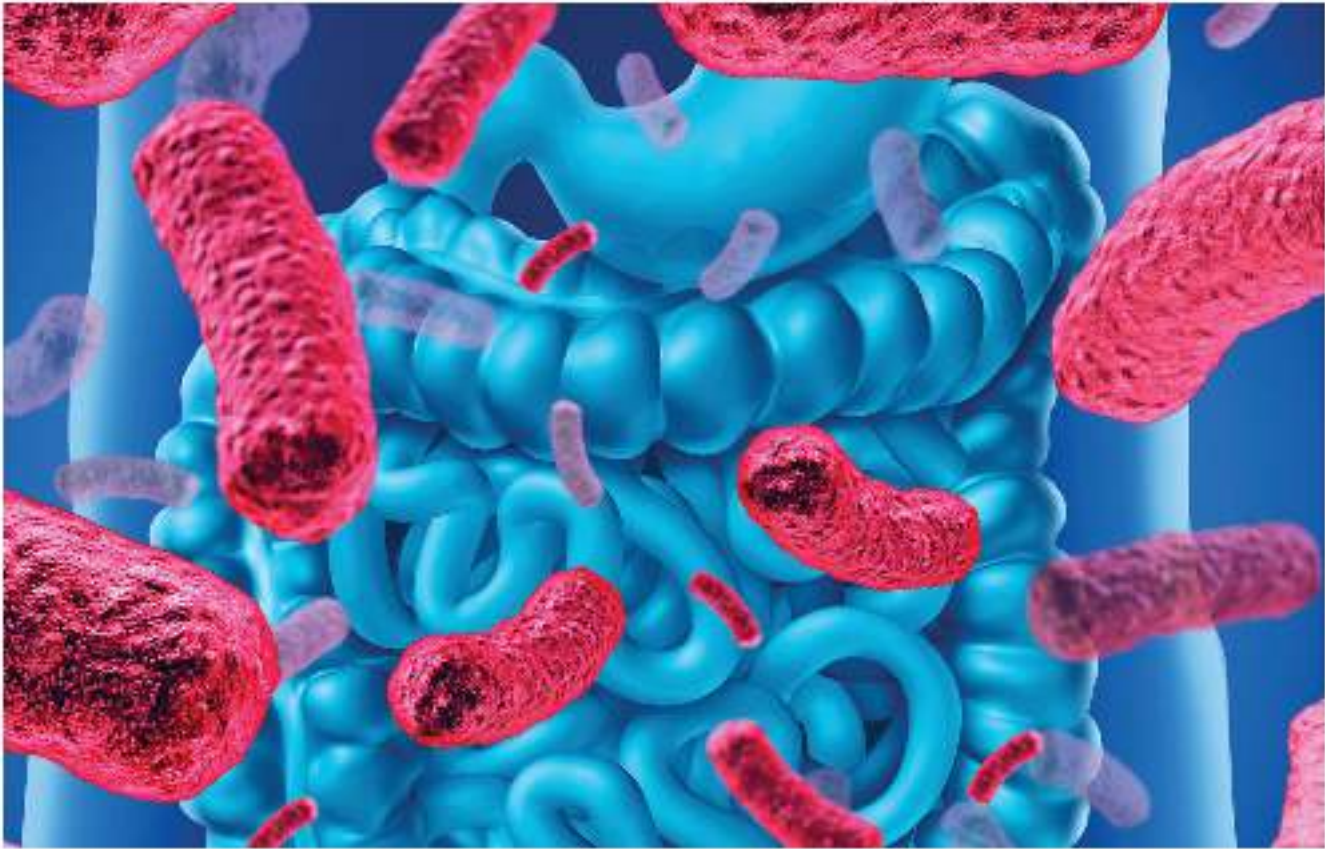
این محصوون به دلیل وجود اسید لاکتیک طعم اسیدی دارد.¹⁵ فلاونوئیدها، رنگدانه‌های طبیعی پلی فنلی می‌باشند. استفاده از شکل آسیل شده رنگدانه‌ها برای بهبود پایداری توصیه می‌گردد.¹⁶ از جمله اثرات فراسودمند فلاونوئیدها عبارتند از: تسهیل عمل هضم، کمک به بهبود بیماری‌های عفونی، کاهش دهنده گسترول خون، جلوگیری از سرطان، کاهش وزن و کاهش خطر ابتلا به چاقی.¹⁷ همچنین دارای اثرات محافظت‌کنندگی بر بیماری‌های قلبی-عروقی و ضد توموری دارند.¹⁸

پوست مرکبات منبع غنی از بی‌متوکسیلات فلاون‌ها می‌باشد که گروهی از فلاونوئیدها هستند که عمدتاً در پوست مرکباتی نظیر پرتقال، لیمو و... موجود است.¹⁹

روغن استخراج شده از پوست مرکبات، محصول فرعی از صنعت آبگیری است که به وسیله نحت فشار قرار دادن مرکبات به دست می‌آید. این روغن‌ها به عنوان طعم دهنده در غذاها و نوشیدنی‌ها کاربرد دارد و از اسانس آن در تهیه عطر و... استفاده می‌گردد.²⁰ از رنگدانه‌های طبیعی به منظور افزایش خواص

References:

- Akin, M.B., Akin, M.S. & Kirmaci, Z. 2007. Effects of inulin and sugar levels on the viability of yogurt and probiotic bacteria and the physical and sensory characteristics in probiotic ice cream. *Food Chemistry*, 104: 93-99.
- Al-Kadamany, E., M. Khattar, T. & Toufeili, I. 2003. Estimation of shelf life of concentrated yoghurt by monitoring selected microbiological and physiological changes during storage. *Lebensmittel- Wissenschaft und Technology*, 36: 407-414.
- Beal, C., Martin, N.C., Skokanova, J., Latrille, E. & Corrieu, G. 1999. Influence of fermentation and storage conditions on the sensory properties of plain low fat stirred yogurts. *Journal of Sensory Study*, 14: 139-160.
- Brotons, M., Manera, J., Conesa, A. & Porras, I. 2012. Relationship between air temperature and degreening of lemon (citrus lemon L.Burm.f.) peel color during maturation. *Australian Journal of Crop Science*, 6 (6): 1051-1058.
- Damin, M.R., Alcantara, M., Nunes, A. & Oliveira, M. 2009. Effect of milk supplementation with skim powder whey protein concentration and sodium caseinate on acidification kinetics, rheological and properties and structure of nonfat stirred yogurts. *Food Science and Technology*, 42: 1747-1750.
- Jing, P. & Giusti, M. 2007. Effect of extraction conditions on improving the yield and quality of an anthocyanin-rich purple corn color extract. *Journal of Food Science*, 72 (7): 363-368.
- Lin, N., Sato, T., Takayama, Y., Mimaki, Y., Sashida, Y., Yano, M. & Ito, A. 2003. Novel anti-inflammatory actions of nobiletin, a citrus polymethoxy flavonoid, on human synovial fibroblasts and mouse macrophages. *Biochemistry and Pharmacology Journal*, 65: 2065-2071.
- Mahdian, E. & Tehrani, M. 2007. Evaluation the effect of milk total solids on the relationship between growth and activity of starter culture and quality of concentrated yoghurt. *American-Eurasian Journal of Agriculture and Environment Science*, 2 (5): 587-592.
- Paredes, L. & Harry, G. 1988. Traditional solid-state fermentation of plant raw material application, nutritional significance and future prospects. *Critical Review in Food Science and Nutrition*, 27: 159-187.
- Serra, M., Trujillo, A.J., Guarnis, B. & Ferragut, V. 2009. Evaluation of physical properties during storage of set and stirred yogurts made from ultra-high pressure homogenization-treated milk. *Food Hydrocolloids*, 23: 82-91.
- Shiming, L., Min-Husiung, P., Ching-shu, L., Chih-Yu, L., Dushenkov, S. & Chi-Tang, H. 2007. Isolation and synthesis of polymethoxy flavones and hydroxylated polymethoxyflavones as inhibitors of HL-60 cell lines. *Bioorganic and Medicinal Chemistry*, 15: 3381-3389.



فیلم ها و پوشش های حاوی میکروارگانیسم های پروبیوتیک

مقدمه

پروبیوتیک‌ها میکروارگانیسم‌های (به‌کتری و مخمر؛ زنده‌ای می‌باشند که با استقرار در بخش‌های مختلف بدن انسان و با عمل زینتی خود عمدتاً از طریق حفظ و بهبود توازن میکروبی روده، سبب ایجاد خواص سلامت بخش برای میزبان می‌شوند. گونه‌های لاکتوباسیلوس اسیدوفیلوس مهم‌ترین و پرمنصف‌ترین گونه‌های لاکتوباسیلوس و به همراه بیفیدوباکتریوم، مهم‌ترین میکروارگانیسم پروبیوتیک به‌شمار می‌آیند.

نوع انتخابی و دوز آن با توجه به بخش پروبیوتیک‌ها، حساسیت‌پذیری اثرهای سرکوب‌کننده آنها بر طول زمان اثر و نحوه و حفظ و بهبود توازن این فلور

به نفع خود (به عنوان میکروارگانیسم‌های سودمند)، تقویت سیستم ایمنی، کاهش کسرتول سرم، کاهش فشارخون و ... است. اخیراً پروبیوتیک‌ها به عنوان جایگزین مناسب‌انسانی پروبیوتیک‌ها برای مقابله با عوامل بیماری‌زا در انسان و حیوان معرفی شده‌اند به طوری که باعث افزایش مقبولیت و مصرف فرآورده‌های غذایی و داروهای پروبیوتیک شده است.

غذاهایی که حاوی این باکتری‌ها هستند در گروه غذاهای فراسودمند یا عملگر قرار می‌گیرند و بر طبق توصیه‌ی فدراسیون بین‌المللی فرآورده‌های لبنی (۱۰^۶ این غذاها بایستی حاوی ۱۰^۷ cfu/g باکتری پروبیوتیک باشند و مصرف کننده بایستی حداقل ۱۰۰ گرم در روز از

این غذا را مصرف تا اثرات مفید این دسته از غذاها را دریافت کند. تقاضای برای غذاهای فراسودمند به دلایل افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان در زمینه تکثیر این غذاها بر سلاخی به سرعت در حال افزایش است. بیش از ۱۱۵ نوع محصولات غذایی حاوی پروبیوتیک در چند دهه‌ی اخیر در بازارهای جهانی معرفی شده است که شامل محصولات گوشتی (سوسیس‌ها)، تخم‌آب، نوشیدنی‌ها، میوه‌ها، سبزی‌ها، محصولات لبنی و ... است. میزان سودمندی غذاهای حاوی پروبیوتیک وابسته به تعداد سلول‌های زنده و فعال در هر گرم یا میلی‌لیتر محصول در زمان مصرف است.^۱



علی امانی

کارشناس زنجیره مواد و صنایع غذایی، دانشیار، مدیر گروه صنایع غذایی و میکروبیولوژی، کارشناس کنترل کیفیت، شرکت صنایع غذایی ایران

نظیر اسید لاکتیک، اسیداسک و باکتری وسین، پیتید یا پروتئین خدیمیکروبی تولید شده توسط باکتری‌های اسیدلاکتیک می‌باشد که بر رشد باکتری‌های مضر باکتری‌ها در بازدارندگی دارد. بنابراین به عنوان یک نگهدارنده در مواد غذایی به کار برده می‌شود.¹

نتیجه‌گیری

برای ارزیابی هر محصولی که به عنوان پروبیوتیک در نظر گرفته شود، مطالعات بیشتری لازم است: (الف) زنده ماندن سلول‌های پروبیوتیک موجود در فیلم، حا یا پوشش‌های خوراکی در دستگاه گوارش (ب) آزاد شدن سویه‌های پروبیوتیک از ماتریکس بیوپلیمر برای استقرار در روده این نوع اطلاعات برای تعیین این موضوع ضروری است که آیا این فرآورده‌ها واقعاً به عنوان فیلم و پوشش خوراکی پروبیوتیک محسوب می‌شوند یا فقط پوشش فعال ماتریکس خدیمیکروبی برای افزایش ماندگاری مواد غذایی هستند.

²Generally recognized as safe

تنفسی، بازدارندگی از انتقال و تبادل ترکیبات بودار و طعم‌دار و همچنین حفاظت محصول در مقابل ضدمات میکروبی از جمله مهم‌ترین مزایای فیلم‌ها و پوشش‌های خوراکی می‌باشند.² اخیراً از فیلم‌های خوراکی به عنوان حامل‌های موثر برای انتقال چندین ترکیب زیست‌فعال شامل ویتامین‌ها، آنتی‌اکسیدان‌ها و پروبیوتیک‌ها در سیستم‌های غذایی استفاده می‌شود.³

خاصیت خدیمیکروبی فیلم‌ها و پوشش‌های پروبیوتیک

فیلم‌ها و پوشش‌های پروبیوتیک ممکن است نقش فعالی در افزایش ماندگاری مواد غذایی داشته باشند؛ به این صورت که باکتری‌های پروبیوتیک اثرات رقابتی در برابر میکروارگانیسم‌های فساد دارند. باکتری‌های اسید لاکتیکی می‌توانند رشد باکتری‌های گرم مثبت نظیر لیستریا منوسجینوزا، باسیلوس سبتوس و غیره متنی نظری و دودوموناس آنروژینوزا را به واسطه‌ی رقابت بر سر مواد غذایی یا تولید متابولیت‌های خدیمیکروبی

است که در دهه اخیر جهت تولید فیلم‌های زیست‌فعال با خواص خدیمیکروبی و سلامتی بخش به منظور ارزیابی فرآورده‌های جدید غیرلبنی پروبیوتیک مطرح شده است.⁴

1. International Dairy Federation

فیلم‌های خوراکی

فیلم‌های خوراکی می‌توانند از سویلیم‌ها هستند که برای بهبود و نگهداری بهتر مواد غذایی بر روی سطح ماده غذایی کشیده می‌شوند و با بین‌اجزای مواد غذایی قرار می‌گیرند.

استفاده از فیلم خوراکی به معنای حذف کم‌کم بستهبندی غیر خوراکی نمی‌باشد بلکه همراه بستهبندی‌های مرسوم برای بهبود کیفیت و ماندگاری مواد غذایی به کار رفته و تعداد لایه‌های بسته‌بندی را کاهش می‌دهند.

فیلم‌های خوراکی متعلق به گروه "GRAS 2" سازمان جهانی غذا و دارو کاربرد فیلم خوراکی در مواد غذایی را مجاز شمرده است.⁵ زیست‌تخریب پذیری، بازدارندگی بسیار خوب از تبادل گازهای

ارزش زیستی پروبیوتیک‌ها در تمامی فرآورده‌های پروبیوتیک، ارزش زیستی "یعنی تعداد سلول‌های زنده و فعال پروبیوتیک در گرم یا میلی‌لیتر فرآورده، ارزش اساسی آن محسوب می‌شود.

ارزش زیستی باید به اندازه کافی بالا باشد تا پس از مصرف، تعداد کافی سلول‌های زنده به محیط روده راه یابند.⁶ بنابراین، تضمین میزان قابلیت زیستی پروبیوتیک‌ها در فرآیند تولید و در مدت زمان نگهداری برای حفظ اطمینان مصرف‌کننده ضروری است.

تولید فرآورده‌های غذایی پروبیوتیک با چالش‌هایی مواجه است زیرا تعداد قابل توجهی از میکروارگانیسم‌های پروبیوتیک در طول فرآیندهای مختلف از مرحله تولید تا نگهداری مواد غذایی و همچنین در طی عملیات ترکیبات ماده غذایی غیر فعال می‌شوند.

علاوه بر این، تجزیه و عبور مواد غذایی از دستگاه گوارش نیز می‌تواند بر زنده ماندن پروبیوتیک‌ها مؤثر باشد. بدنام انداختن میکروارگانیسم‌های پروبیوتیک در سیستم‌های پروبیوتیک در سیستم‌های پروبیوتیک‌ها رویکرد نویی

References:

- Mortazavian AM, Sohrabvandi S. Probiotics and food probiotic products; based on dairy. Probiotic products; Eta Publication: Tehran, Iran 2006. p.54-155. [In Persian].
- Soukoulis, C., Yonokura, L., Gan, H.H., Behboudi-Jobbəhdar, S., Parmenter, C. and Fisk, I. 2014. Probiotic edible films as a new strategy for developing functional bakery products: The case of pan bread. Food Hydrocolloids. 39:231-242.
- Capela, P., Hay, T.K.C. and Shah, N.P. 2006. Effect of cryoprotectants, prebiotics and microencapsulation on survival of probiotic organisms in yoghurt and freeze-dried yoghurt. Food Research International. 39(2):203-211.
- Altamirano-Fortoul, R., Moreno-Terrazas, R., Quezada-Gallo, A. and Rosell, C.M. 2012. Viability of some probiotic coatings in bread and its effect on the crust mechanical properties. Food Hydrocolloids. 29(1):166-174.
- Soccol, C.R., de Souza Vandenberghe, L.P., Spier, M.R., Pedroni Medeiros, A.B., Yamaguishi, C.T., De Dea Lindner, J., Pandey, A. and Thomaz-Soccol, V. 2010. The potential of probiotics: a review. Food Technology and Biotechnology. 48(4): 413-434.
- غنی‌زاده، س.، العالی، ه. و زاهدی، ی. ۸۸۲۱. بیولیم‌های زیست‌تخریب‌پذیر و خوراکی در بسته‌بندی مواد غذایی و دارویی. چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه صنعتی امیرکبیر، ۱۱۵-۱.
- Glicksman, M. 1962. Food applications of gums. Gum incorporating cellulose and extracts from grape skins. Sensors and Actuators B: Chemical, 401-407.
- Kanmani, P. and Lim, S.T. 2013. Development and characterization of novel probiotic-residing pullulan/starch edible films. Food Chemistry. 141(2): 1041-1049.
- Paula J.P. Espitia, Rejane A. Batista, Henriette M.C. Azeredo, Caio G. Otoni. 2016. Probiotics and their potential applications in active edible films and coatings. Food Research International 90:42-52.
- Bhat, R., Alias, A. K. and Paliyath, G. 2012. Progress in food preservation. Wiley-Blackwell, 463-482..
- Anal, A. K. and Singh, H. 2007. Recent advances in microencapsulation of probiotics for industrial applications and targeted delivery. Trends in Food Science and Technology, 18(5): 240-251.

روش‌های کاهش و بازیافت پسماندها و ضایعات

مقدمه

با توجه به شرایط موجود کارخانه‌ها و قیمت تمام شده مایه مواد اولیه مصرفی و بسته‌بندی در کارخانه، می‌توان راهکارهایی را در رابطه با کاهش میزان ضایعات و پسماندها رایج داد که با این راهکارها نیز می‌توان قیمت تمام شده محصول نهایی را کاهش داد. لازم به ذکر است که مورد موردی نیست در دستور کار واحدهای مختلف قرار گرفته و دستورالعملی در این زمینه تنظیم نگردد. هر واحد باید نسبت به انجام امور محوله اقدام نماید و در صورتی که نسبت به آن کوتاهی نماید توسط واحد نظارتی شرکت مورد بازنگری قرار گیرد. بر این اساس موارد طبقه‌بندی شده و نقاط بحرانی ایجاد ضایعات در شرکت‌های تولیدی به شرح زیر می‌باشد. نکته آنست که هر کدام از قسمت‌ها می‌بایست نسبت به مورد محوله اقدام نمایند.



علیرضا شکوهی

کوشش‌کننده تعیین و پیگیری
شرکت‌های تولیدی شیر پاک‌سازی
بنگاه فارس



سعید راع

مسئول امور بسته‌بندی شرکت
شیر پاک‌سازی بنگاه فارس



محمد بزم آرا

نایب رئیس هیات مدیره و مدیر
عامل شرکت شیر پاک‌سازی
بنگاه فارس

نتیجه مغایرت می‌بایست نسبت به تعیین تکلیف ماده اولیه ورودی به شرکت اقدام نمود.

پیشنهادات

تهیه یک دفترچه به نام دفترچه داده اولیه مصرفی و تعیین استاندارد ملی و داخلی جهت مواد اولیه ورودی.

نتیجه مدهم رعایت موارد ذکر شده

در صورتی که مواد خام ورودی به شرکت دارای عدم تطابق میکروبی و شیمیایی باشند، این مفروضه رخ می‌تواند باعث مفاد زیان در انتهای نهاد می‌شود. اول و ایجاد ضرر زیان و بروز ضایعات گردد.

شرکت جهت حسن انجام کار اقدام نماید.

نتیجه مدهم رعایت موارد ذکر شده

با رعایت ایجاد معایرت در تحویل مواد ورودی به شرکت، از دست رفتن سرمایه شرکت، ایجاد ضرر و زیان و بالا رفتن میزان ضایعات می‌گردد.

محل تخلیه ماده اولیه ورودی به شرکت (ماده خام مورد فرآوری)

در مکان تخلیه ماده اولیه خام ورودی به شرکت می‌بایست کسب موارد زیر در دستور کار قرار گیرد:

- ثبت دقیق میزان وزن و ابعاد ماده اولیه و ورودی به شرکت و رسید آن
- انجام آزمون‌های میکروبی و شیمیایی که در

مبانی نظری پژوهش

۱- ورودی شرکت یا انتظامات شرکت

موارد مهمی که در این قسمت حائز اهمیت می‌باشد و می‌بایست مورد توجه قرار گیرد به صورت کلی ذکر گردیده است که ممکن است در گرانج‌ها مختلف متفاوت باشد.

- ثبت دقیق داده‌های ورودی به شرکت از مواد اولیه و بسته‌بندی

- ثبت دقیق وزن مواد اولیه دارای ارزش وزنی
- رسید دقیق قلام ورودی به شرکت
- کالیبراسیون باسکول ورودی به شرکت
- ثبت موارد مرتبط با شرح وظایف خواسته شده
- لازم به ذکر است که مسئول شرکت می‌بایست نسبت به تنظیم شرح وظایف پرسنل مختلف

انتخاب تدارکات

با توجه به آنکه این انبار دارای حساسیت بالا می باشد؛ می بایست موردی از جمله رسیدن کالاها و رعایت اصول FIFO در این انبار رعایت گردد. همچنین با توجه به آنکه اغلب مواد اولیه ورودی در انبار دارای ارزش زمانی بالا می باشند و بعضی فرمولاسیون شرکت به آن مرتبط هستند. می بایست موارد زیر در دستور کار قرار گرفته و رعایت گردد:

- رعایت اصول FIFO در هنگام تحلیله باز
- تحلیله ماده اولیه ورودی به شرکت طبق دفترچه ارقام مصرفی، مطابق با

نتیجه عدم رعایت موارد ذکر شده

عدم رعایت هر گونه از موارد فوق می تواند ضایعات جهت مواد اولیه موجود می گردد که با توجه به آنکه بعضی از آنها جهت خرید این مواد اولیه پرداخت گردیده است جریان آن سخت خواهد بود. لذا پیشنهاد می گردد که در هر ماه نسبت به تهیه صورتحساب اقلام مصرفی و راکد و تعیین تکلیف آن اقدام گردد.

کنترل حین فرآیند تولید

با توجه به آنکه موارد کنترل در فرآیند تولید محصول بسیار کیفی است لذا تنها بسیار می باشد؛ پیشنهاد می گردد که کلیه فرآیند تولید محصول بر اساس یک دستورالعمل، فرم های مرتبط و موجودات تولید تهیه گردد و دائما توسط کارشناس تولید و کیفیت، مورد کنترل قرار گیرد. به طور مثال دارای



استاندارد ملی و داخلی شرکت

- تعیین مکان هایی جهت مواد اولیه، در این شرایط نگهداری خاص (به طور مثال خبیه یک سردخانه جهت استارنها)
- تعبیه تبار خشک و خنک جهت مواد اولیه دارای حساسیت جهت شرایط نگهداری
- انداختن برچسب دائمی و وضوح انبار تدارکات
- نظافت دائم انبار تدارکات
- تهیه صورتحساب جهت اقلام راکد موجود در انبار تدارکات جهت تعیین تکلیف آنها

مناسب با دستورالعمل جهت تک محصول ۷۵-۸۰ درجه سانتیگراد می باشد. در صورتی که این مهم مورد نیاز قرار نگیرد سبب بروز آلودگی در محصول می شوند که ممکن است به صورت نهفته در بازارهای هدف تحت تاثیر قرار گرفته و باعث بروز ناراحتی از سوی مصرف کننده شود؛ لذا در ابتدا نسبت ایجاد ضایعات مواد اولیه و محصول گردیده و سپس باعث از دست رفتن بازارهای هدف می گردد.

انبار محصول

با توجه به آنکه این انبار محل نگهداری محصول نهایی و قابل از به بازار می باشد؛ جهت کاهش ضایعات موارد زیر می بایست در دستور کار قرار گیرد:

- بازش دائم میزان دما و رطوبت کار محصول
- پیش میزان دمای محصول نگهداری شده در انبار
- رعایت اصول FIFO در حین بارگیری محصول
- نگهداری مناسب از لوله ها و اتصال پروتئین سردخانه
- دقت در بارگیری محصول و چگال کردن بیشتر در زمان بارگیری محصول
- استفاده از پالت استاندارد که از محصول به طور مناسب نگهداری می کند

نتیجه

رعایت اصول فوق سبب جلوگیری از بروز ضایعات در محصول نهایی

می گردد؛ به طور مثال در صورتی که دمای سردخانه اقل است و سبب بروز یخ زدگی در محصول می تواند محصول را از حالت عادی خارج ساخته و یک محصول بی کیفیت ایجاد نماید؛ در نهایت سبب بروز شکست از سوی مصرف کننده و از دست رفتن بازارهای هدف می شود.

نتیجه گیری

با توجه به موارد ذکر شده در صورتی که هدف، کنترل و پایش ضایعات باشد می بایست جهت موارد ذکر شده یک استاندارد داخلی تعریف نمود و آن را به عنوان یک دستورالعمل در سالن های تولید در دستور کار قرار داد. به طور مثال میزان ضایعات صرف مصرفی در خط تولید می بایست بر اساس استاندارد تعریف شده مورد پایش قرار گیرد و داده های آن به صورت روزانه، هفتگی و ماهانه پایش گردد. مثلا اگر میزان ضایعات تعریف شده ۲ درصد باشد و میزان ضایعات به وجود آمده در هر شیفت تولید بیشتر از ۲ درصد باشد. در ابتدا باید خط تولید را متوقف و مشکل رفع گردد و در غیر این صورت پس از اتمام تولید میزان ضایعات محاسبه و اصلاح گردد. در صورتی که ضایعات ایجاد شده از کیفیت نامناسب مواد اولیه باشد این میزان صورتحساب و از طریق واحد بازرگانی مشتری لازم جهت کسر از حساب تامین کننده اقدام گردد.

طراحی برنامه‌های کنترل کیفیت کارخانجات صنایع غذایی از طریق آزمون‌های ارزیابی حسی



علی حسینی طلب

کارشناس مهندسی علوم و صنایع غذایی، کارشناس کنترل کیفیت شرکت پگاه فارس



سعید حسام حسینی

کارشناس مهندسی شیمی - صنایع غذایی، کارشناس مسئول کنترل جنس فرزند و محصول نهایی و محصول واحد ارزیابی حسی شرکت پگاه فارس



لیلا قاسمی

کارشناس مهندسی علوم و صنایع غذایی، مدیر کنترل کیفیت شرکت پگاه فارس

چکیده

در کارخانجات صنایع غذایی، نمونه‌برداری و آزمایش محصولات پیش از ارسال به بازار، یکی از مراحل اصلی طرح‌های کیفیت و HACCP می‌باشد که بن‌اُمیسات عمده شامل کنترل پارامترهای شیمیایی و میکروبی و ویژگی‌های فیزیکی می‌باشد. آزمایشات میکروبی و شیمیایی هر کدام به ابزار و امکانات خاص نیاز دارد در حالیکه در ارزیابی اورگانولپتیک از لسن و حواس پنج‌گانه‌ی آن به عنوان ای‌مابنده استفاده می‌شود. اکنون روش کارهای مبسوط و مشخصه‌ی این فرآیند آزمون‌های حسی با هدف تایید کیفیت محصول در کارخانجات صنایع غذایی تدوین نگارنده که در این مقاله بین روش‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد و موردی چون نحوه‌ی نمونه‌برداری و پارامترهای موثر بر آن، روش‌های تجزیه و تحلیل شایع و نحوه‌ی تصمیم‌گیری نهایی معرفی می‌گردد که روش‌های جاری و دستورالعمل‌های این مقاله به عنوان بایبوت برای یک شرکت تولیدی محصولات لبنی اجرا شده و با توجه به مثبت بودن نتایج آن به عنوان یک روش مرجع برای کلیه شرکت‌های تولید کننده مواد غذایی می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد.

کلید واژه: حسی، عطر، طعم، اورگانولپتیک، چشایی، بویایی، ظاهر و کیفیت

مقدمه

آزمون‌های ارزیابی حسی به ۲ دسته‌ی عمده تقسیم می‌شوند

ارزیابی حسی از نظر نحوه انجام و هدف، تقسیم‌بندی‌های گوناگونی دارند. بر اساس هدف‌های عمده، ارزیابی حسی به دو گروه تقسیم می‌شوند.

۱. مصرف‌کننده: گزارش‌های شامل علاقه یا عدم علاقه، مقبولیت و میزان پذیرش محصول در بازار مصرف مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. در آزمون‌های مصرف‌کننده گره و گنش جمعیت مصرف‌کننده بررسی می‌شود که به آن رفتارهای جمعیتی نیز گفته می‌شود. در این روش ارجحیت یک محصول فرموله شده جدید به نهایی و با در معایسه با نمونه‌های مشابه بازار نیز مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. گروه پنلیس با تعداد بالا (۵۰-۱۰۰) و فاقد آموزش‌های تخصصی ارزیابی حسی هستند.
۲. محصول‌گرا: ویژگی‌های خاص محصول توسط فرآیند آموزش دیده و متخصص مورد ارزیابی قرار می‌گیرد که به روش غربالی screening انتخاب شده و تعداد آن‌ها شالی ۱۵ نفر است. در این ارزیابی هدف بررسی ویژگی‌های محصول است. از این روش‌ها برای مشخص کردن پروفایل‌های عطر، طعم و تشخیص تفاوت محصولات استفاده می‌گردد. با توجه به پیشرفت‌های علوم ارزیابی حسی و رابطه‌ی نزدیک آن با علوم روانشناسی و روان‌فیزیک، روش‌های فوق به صورت ترکیبی نیز بعضاً در پروژه‌های حسی استفاده می‌گردد.

ارزیابی حسی روزانه و مهم‌ترین اهداف آن

سایح از مهم‌ترین ارزیابی حسی روزانه به عنوان یک فلتر جهت ردسازی محصول توسط مسئولین فنی و کارشناسان کیفیت استفاده می‌شود. کنترل محصولات پیش از ارسال، پایش بیشتر فرآیندهای تولید و فرمولاسیون، جلوگیری از خروج محصول بی‌کیفیت و رسیدگی به شکایت مشتریان از این موارد هستند.

روش انجام

ارزیابی اورگانولپتیک روزانه در شرکت به روش ترکیبی (ترکیبی از چند روش ارزیابی به صورت ساده سازی شده) انجام می‌شود. هدونیک-نوسیفی (صرفاً به جز به و تحلیل پارامترهای کیفی تولید روزانه می‌پردازد)

Scaling با معیار سنجش

ترکیبی از روش‌های سنجش اسمی (Nominal Ranking) و درجه‌بندی (هدونیک) می‌باشد. در این ارزیابی، روش هدونیک به صورت ۵ نقطه‌ای به عبارتی آشنا برای مسئولین اجرای ارزیابی حسی به شرح ذیل روزانه صورت‌گیری شده است.

غیر قابل مصرف

۱. انحراف زیاد
 ۲. انحراف قابل شخصی
 ۳. حداقل انحراف
 ۴. کاملاً منطبق
- در موارد فوق کلمه‌ی انحراف نشان‌دهنده‌ی انحراف کیفیت حسی محصول از تولدات استاندارد

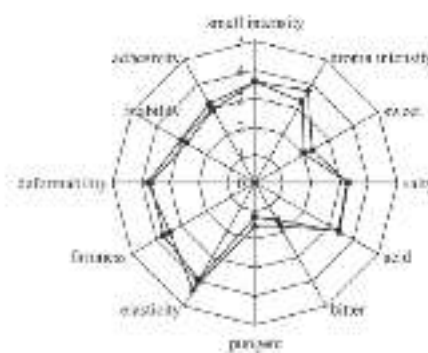


■ کویفشن ارزیاب حرفه‌ای

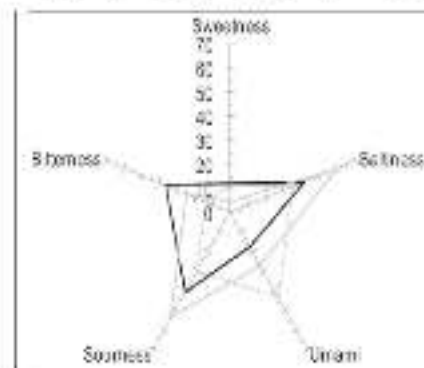
انتخاب افراد با استفاده از تخصص و حفظ کابری آن‌ها صورت گرفته و به داد افراد ارزیاب از ۱۵ نفر در نظر گرفته شده است. این افراد در واقع همان In house panel یا اعضای پیل داخلی شرکت هستند که در حدودی آموزش‌های کافی را دیده و از تخصص کافی در زمینه مسائل تولیدی و کیفی محصول برخوردارند. این افراد به واسطه‌ی انجام آزمون‌های حواس پنجگانه مورد پذیرش قرار می‌گیرند و در صورت کسب امتیازات لازم و انست توانایی حس‌ی آن‌ها در گروه ارزیاب‌های حرفه‌ای قرار می‌گیرند. به‌طور معمول حوزه فعالیت آن‌ها واحدهای کنترل کیفیت، آزمایشگاه و تحقیق و توسعه می‌باشد. زون‌های حواس پنجگانه بر اساس استانداردهای بین‌المللی در خصوص تشخیص آسانه‌های مزه، تشخیص شدت مزه، رنگ‌شناسی، تشخیص تراکم رنگ و رایحه شامی انجام می‌گردد.

طبق دستورالعمل‌های کیفی تایید شده در منابع بین‌المللی مانند نهادی مدیریت کیفیت آزمون‌های حس‌ی بر این محصولات به صورت روزانه انجام و یک نسخه از این فرم ارزیابی

به تیم اجرایی ارزیابی حس ارسال می‌گردد. پس از جمع‌بندی نتایج عمومی و تحلیل داده‌ها در صورت وجود از جمعیت محسوس در یک نمونه، این محصول به عنوان مرجع تولید انبوه در اختیار ارزیابان تخصصی هر شرکت قرار گرفته و توسط آزمون حس‌ی توصیفی (امتیازدهی به تک‌تک پارامترها) یک پروفایل جامع از محصول مورد نظر تهیه می‌گردد. برای مثال در مورد ریور پروفایل عطر و طعمی یک محصول پنیر نشان داده شده است.



است و این استاندارد برای یک محصول خاص به صورت کلی از استانداردهای ملی مربوطه و به‌طور اختصاصی‌تر برای هر شرکت با توجه به دانچه و رضایت مشتریان در اقلیم توزیع محصول مورد نظر تعیین می‌گردد. در بند تولید، از هر محصول جدید پس از تایید اولیه نمونه‌های آزمایشگاهی در شرکت، نمونه‌هایی با فرمولاسیون‌های متفاوت از نظر درصدهای چربی، اسیدیته، نمک و ... تولید و جهت مقایسه و رتبه‌بندی در سطح عموم جامعه



شکل ۱- نمونه‌هایی از پروفایل عطر و طعمی پنیر

نمودارهای فوق از میانگین امتیازات داده شده توسط ارزیابان حرفه‌ای ترسیم گردیده و نمایانگر استانداردهای اختصاصی محصول می‌باشد. این استانداردها در زمان معرفی شده و نیم‌ارزیابی حس‌ی روزانه به معیار قرار دادن استاندارد ملی و افتاد بودن از اختصاصی، پارامترهای عمده محصولات را کنترل می‌کنند.

به مردم ترخیص نهایی محصول پیوست می‌گردد.
■ فرم

فرم‌های طراحی شده به گویبای است که هر یک از روزنامه‌ها بدون اینکه تحت تاثیر نظر افراد دیگر قرار بگیرد امتیازات و نظرات و صفی خود را وارد می‌کند و جمع‌بندی بین تیمک‌ها در پایان ارزیابی

توسط کارشناس مجری ارزیابی که از قبل مشخص گردیده، انجام می‌گردد. در تمامی فرم‌ها سه بایست قسمت‌های نام ارزیاب، مضاء تاریخ ارزیابی، نام محصولات، تاریخ تولید و در صورت نیاز ساعت تولید محصولات تکمیل شده باشد.
معیار استفاده از Nominal Scaling (تکلمات

توصیفی که در بخش توضیحات نوشته می‌شوند) مراجع بین‌المللی و استانداردهای ملی می‌باشند. لازم به ذکر است: امروزه با توجه به پیشرفت‌های تکنولوژی و فرآیندهای سیستماتی، با طراحی نرم افزارهای ساده می‌توان امتیازدهی را به جای فرم‌های کاغذی در فردهی سیستم‌های اعمال نمود

شکل ۲- نمونه‌ای از فرم ارزیابی حسی روزانه

نام محصول ارزیابی حسی	بافت ۱۱ لی ۵۰		طعم و مزه ۱۱ لی ۵۰		عطر و بو ۱۱ لی ۵۰		زنگ ۱۱ لی ۵۰		تاریخ ارزیابی: در اول دوره ۱۰ (دوره ۱) و در ۱۰ (دوره ۲) و در ۱۰ (دوره ۳) و در ۱۰ (دوره ۴) و در ۱۰ (دوره ۵)
	نام محصول تاریخ تولید	نام محصول تاریخ تولید	نام محصول تاریخ تولید	نام محصول تاریخ تولید	نام محصول تاریخ تولید	نام محصول تاریخ تولید			
									جمع امتیازهای افرادی و توضیحات کلی ارزیابی
									ملاحظات

■ تحلیل دوره‌ای

جمعی نمرات ارزیابی و اظهار نظرهای ذکر شده در خصوص محصولات، توسط کارشناس مجری به صورت ماهیله جمع‌آوری و با استفاده از نرم‌افزارهای آماری، مجموع تمامی نمرات کسر شده از محصولات نسبت به تعداد ارزیابی‌های انجام شده از محصول محاسبه و به صورت مفض و مقایسه‌ای در حضور مدیران و کارشناسان مربوطه مورد بررسی قرار می‌گیرند.

نحوه و تعداد نمونه‌برداری از محصول نهایی با توجه به پارامترهای موثر بر محصول انجام می‌گردد. یک نمونه از روش کار نمونه‌برداری برای محصولات یک کارخانه لبنی در جدول ۱ و ۲ نشان داده شده

اسمه

- امتیازها از ۱ تا ۵ به ترتیب کم یا زیاد بودن به هر مورد داده شده است.
- تناژ تولید محصول از کم به زیاد با اعداد ۱ تا ۵ سردهی می‌شوند.
- منظور از مفاخرات بسته‌بندی، مفاخرات فرآیند بسته‌بندی می‌باشد که بر روی خواص ژوگنوبلیتیک تاثیر گذار است. برای مثال آب موجود در ابتدای مسیر برای دست همزده، ورود بوهای ناخوشه و درت خارج در سالن فیلر به محصولات پودری، نحوه و تعداد نمونه برداری‌های فوق بر اساس روش تصمیم‌گیری چند معیاره مشخص گردیده و توسط سوابق‌های غنا مورد باید قرار گرفته است. در جنوبی

دنگر بر اساس طرح‌های کیفیت و برنامه‌ریزی‌های کنترل کیفیت محصول، زمان نمونه‌برداری از محصولات جهت ارزیابی حسی (پیش از ارسال به بازار) مشخص گردیده است. مواردی چون طول دوره نگهداری، کشت‌های میکروبی، زمان پخت و رنگش پخته، طول دوره سردسازی، ماسه، قانس تغییرات نسبیایی بر عطر و طعم محصول و... در انتخاب زمان‌های جدول زیر موثر می‌باشند.

لذا تمامی محصولاتانی که در موعد مقرر می‌بایست ارزیابی شوند توسط واحد کیفیت و مجری ارزیابی جمع‌آوری گردیده و در اختیار ارزیابین قرار می‌گیرند. برای مثال در تاریخ ۱۳۹۷/۱۰/۱۰ پنیره‌های تولید شده در تاریخ ۱۳۹۷/۱۰/۰۲ ارزیابی می‌شوند

جدول ۱- تصمیم‌گیری چند معیار برای تعیین تعداد نمونه‌برداری

نام محصول	سوابق عدم اطمینان کورگنوبلیتیک	پسندگنی پروسی	مفاخرات فرآیند تولید اعمده نبات روند تولید	مفاخرات بسته‌بندی	تناژ تولید هر پنج	مجموع
لجاج شیر باستوریزه و شیر کاتانو باستوریزه	۱	۲	۱	۱	۵	۱۰
انواع دوج	۱	۲	۱	۱	۴	۱۰
پنیر یواغ	۲	۲	۲	۲	۵	۱۹
ماست	۲	۲	۲	۲	۵	۱۵
انواع شیر و سیرنم‌دار	۲	۲	۲	۲	۵	۱۴
خام	۲	۲	۲	۲	۵	۱۴

جدول ۲- تعیین تعداد نمونه

مجموع نمرات	حداقل تعداد نمونه
۱۰	۱ نمونه
۱۱ تا ۱۴	۲ نمونه ابتدا و انتها
۱۵	۳ نمونه ابتدا، میانه، انتها

جدول ۳- زمان اجرای ارزیابی حسی برای هر محصول

موضوع	زمان انجام آزمون حسی	محصول
طعم، بافت، بوی، رنگ	روز سیزدهم پس از تولید	انواع شیر استریل ساده و طعمدار
	روز سیزدهم پس از تولید	انواع خامه استریل و پاستوریزه
	روز سوم پس از تولید	انواع پنیر

نتیجه‌گیری

ساختار هر بخشی انجام فرآیندهای فوق به صورت نسبت تعداد شکایتهای عنوان شده از محصولات (صرفا شکایات اورگانولپتیکی از قبیل مشکلات طعم، بافت، رنگ و ظاهر) بر تعداد کل محصولات فروش رفته در یک ماه به تفکیک گروه محصول تعریف گردیده است. این عدد به دلیل کوچک بودن در کارخانه‌ها بزرگ به صورت ppm بیان می‌شود.

با افتداری و اجرایی واحد ارزیابی حسی به صورت باثبات به مدت ۲ سال در شرکت لبنی مورد مطالعه، تعداد شکایات اورگانولپتیکی در ۶ ماه اول ۵۰ درصد کاهش داشته است. هدف این شاخص در سال ۱۳۹۵ برای شرکت تولید ۲ ppm در نظر گرفته شده بود که با توجه به نتایج پایان سال ۱۳۹۶ این عدد به ۰٫۸ ppm تقلیل یافت.

کاهش بیش از ۷۰ درصدی این عدد نشان از افت شدید تعداد شکایات با شروع فرآیندهای کنترل کیفیت حسی محصولات می‌دهد.

تحلیل‌های ماهیانه بر روی نتایج مشخص کرد مواردی چون تغییر فصل که موجب تغییر اورگانولپتیکی ناشی از تغییر خوراک دام در شیر خام می‌شود چه تأثیراتی بر محصولات نهایی از جمله شیرهای پاستوریزه و پسر می‌گذارد.

تأثیر تغییرات نامین کنندگان مواد اولیه از قبیل بایدز، کئندها و استارها و تغییرات فرمولاسیون نیز در مطالعه‌ی روندهای ماهانه و ۳ ماهه مشهود است.

نتایج همچنین می‌تواند نشان دهنده‌ی ثبات، بهبود یا افت کیفیت محصول و تأثیر اقدامات انجام شده در واحدهای تحقیق و توسعه‌ی شرکت تولیدی باشد.

امتیازات

جهت ارزیابی امتیاز محصول به هر کدام از این‌ها تعریف شده (طعم، بافت، بوی، رنگ) از ۱ الی ۵ بر اساس مشخصات متیاز تعلق می‌گیرد. هر امتیاز معرف یک عبارت کیفی است که بیش از این به آن اشاره شده است.

همچنین ارزیابی می‌بایست دلالت کسب امتیاز را در بند توضیحات که در زیر جایگاه امتیازدهی تعبیه شده را در فرم‌ها درج نماید تا امکان بررسی مشکلات ذکر شده به صورت تخصصی میسر گردد. در صورتی که حداقل ۷۰ درصد جمع امتیاز توسط ارزیابان کسب گردد خروج محصول بلا مانع می‌باشد. واحد کنترل کیفیت به صورت بازه‌های زمانی ماهیانه، سالیانه برگزاری ارزیابی اورگانولپتیکی را مورد تحلیل قرار می‌دهد.

پادآوری

در صورتی که در هر یک از پارامترهای ارزیابی، حداقل ۷۰ درصد امتیاز کسب نگردد از خروج محصول جلوگیری به عمل می‌آید.

شکل ۶- نمودار فرآیند ارزیابی حسی



بررسی جذب کلسیم از شیرهای غنی شده



حمیدرضا فراهام

اسیستانت صنایع غذایی،
کلیه‌شناس R&D، رامک نیما



مهدي بهرود

دانشجوی دکتری تخصصی
صنایع غذایی، مسئول فنی و
مسئول کنترل کیفیت شعبه
بزرگ رامک



علیرضا رضوی

فوق لیسانس صنایع غذایی،
مسئول فنی و مسئول کنترل
کیفیت شرکت رامک، معاون
واحد کنترل کیفیت رامک



مهدي کشتکار

فوق لیسانس صنایع غذایی،
مدیر کنترل کیفیت رامک نیما

مقدمه

مصرف کلسیم به خصوص در دوران کودکی، یکی از عوامل تعیین کننده‌ی حجم استخوان در بزرگسالی است و بر میزان تخلیص رگتن استخوان هنگام پیری نیز تاثیر می‌گذارد. در کشت‌ورهای با میزان تیوج بالای یوگی استخوان، سرانه پایش مصرف شیر و فرآورده‌های لبنی باعث افزایش خطر شکستن استخوان‌ها می‌شود. کمبود کلسیم همچنین ارتباط مستقیم و متعابلی به سرطان روده‌ی بزرگ و فشار خون دارد. به ممکن است روند طبیعی رشد را در کودکان تحت تاثیر قرار دهد.

بررسی‌های مربوط به مصرف مواد غذایی نشان می‌دهد که شیر و فرآورده‌های لبنی به طور کلی منبع اصلی کلسیم رژیم غذایی هستند. با این وجود در برخی از گروه‌ها، میانگین دریافت کلسیم روزانه ممکن است به میزان قابل توجهی کمتر از میزان مصرف مرجع رژیم و حتی ممکن است به ۵۰٪ از میزان مصرف مرجع هم برسد. تاکنون چندین استراتژی برای افزایش دریافت یا جذب کلسیم (با هر دو) پیشنهاد شده است. غنی‌سازی شیر با کلسیم شیر یا نمک‌های کلسیم نیز در میان این استراتژی‌ها مطرح شده است. همچنین برخی از مواد غذایی از جمله پروکتو لیگوساکاریدها و کاربوهیدرات‌ها به عنوان تقویت کننده جذب کلسیم از شیر یا سایر غذاهای پیشنهاد شده‌اند. گروه آگوساکاریدها به گروه آگوساکاریدها غیر قابل هضم تعریف دارند که شامل ایولین، الیکتروگلیکوز (گروکتان‌های حاصل از ریشه کاسی) و گالاکتولیکوساکاریدها نیز می‌باشند. آگوساکاریدهای غیر قابل هضم می‌توانند توسط میکروفلورای طبیعی روده (عمده‌ما



نتیجه گیری

میزان جذب کلسیم از شیرهای غنی شده، شیر غلیظ نشده یا ماده خشک شیر مشابه آن از نمونه شیر شاهد بود. با این حال، جذب کلسیم از نمونه های غنی شده به کمک تری کلسیم فسفات به طور قابل توجهی بیشتر از نمونه شیر شاهد بود. جذب کلسیم از نمونه شیر غنی شده با فروکتولیگوساکارید و نمونه شیر شاهد اندکی متفاوت بود اما از نظر آماری تفاوت و توجه معناداری نداشت. در جذب کلسیم بین نمونه شیر شاهد و شیر غنی شده با کاربونیو فسفو پیپتید نیز تفاوتی یافت نگردید.

اگرچه فرآورده های لبنی به عنوان یک منبع کلسیم طبیعی، منبع کمی و قابل دسترس کلسیم زیستی در رژیم غذایی هستند اما غنی سازی می تواند کلسیم قابل توجهی را نامرئی کند. سایر این به مصرف کنندگان این محصولات کمک می کند تا به میزان مناسب، کلسیم دریافت کنند. همچنین اصول فرآیندی (bioavailability) نشان می دهد میزان جذب کلسیم از منابع غذایی به طور عمده تحت تاثیر سایر اجزای غذایی قرار دارد. عوامل مختلفی از جمله مایه های مواد غذایی، وضعیت تغذیه ای و قشر بولوی می تواند افراد به وضوح بر جذب کلسیم مایه دارد.

این مطالعه از اسفاده شیرهای غنی شده با کلسیم به عنوان منبع خوبی از کلسیم قابل جذب، پشتیبانی می کند.

روز قبل از تست جذب، روز تست جذب و ۲ روز بعد از تست جذب را که مجموعاً ۷ روز می شود به صورت دقیق یادداشت نمایند. در طول دوره ۴ روزه تست، قبل از اوتن دوره مطالعه و در پایان مطالعه از هر داوطلب نمونه خون گرفته شد تا غلظت ویتامین D و هورمون پاراتیروئید که وظیفه کنترل کلسیم خون را بر عهده دارد تعیین شود.

همچنین مطابق برنامه، د وطلبان یکی از محصولات لبنی را که در بالا ذکر شده است در وسط یک صبحانه سبک می کردند و بین ۲۰ دقیقه تا ۱ ساعت پس از تجویز خوردگی لبنیات، میزان امیلی گرسه Ca به عنوان CaCl₂ در طی یک دوره ۲۰ دقیقه ای تحت نظارت پزشک به ورید داوطلب تزریق شد. در این مدت و به مدت ۲ ساعت بعدی، داوطلبان اجازه مصرف مواد غذایی یا نوشیدنی به جز آب دیونیزه شده را نداشتند. نمونه های ادرار داوطلبان نیز به صورت ۲۴ ساعته از یک روز قبل از شروع تست و روز چهارم تست، تحت شرایط کنترل شده جمع آوری گردید.

تجزیه و تحلیل آماری

برای ارزیابی تفاوت در جذب کلسیم از شش نمونه مختلف آزمایش شده از آمیزش واریانس اندازه گیری شده، استفاده شد و پس از آن از همون تعقیب تفاوت معنی دار توکی را با دقت انجام داد. برای تجزیه و تحلیل آماری از نرم افزار SPSS نسخه ۱۱ استفاده گردید.

روته بزرگ، مهصه شوند که اسیدهای چرب کوتاه زنجیره تولید کرده و باعث کاهش pH روده می شوند. خلالت کلسیم با فراموش می دهند و باعث افزایش انتقال کلسیم خارج سلولی و درون سلولی می شود. کاربونیو فسفو پیپتیدها قطعات کازئینی ساخته شده از پیپتیدهای غنی شده با قشر هف غنک که فراموش می شود با جلوگیری از تشکیل نمک های کلسیم، نامحلول و احتمالاً با کاهش اثرات متقابل بین کلسیم و سایر یون معدنی در فراموش دسترس می به میزان بالای کلسیم شیر نقش دارند.

مبانی نظری پژوهش

با استفاده از ایزوتوپ های پایدار، جذب کلسیم از دامنه های وسیعی از شیرهای غنی شده اندازه گیری می شود به این منظور ۱۵ داوطلب مشکلی از ۸ مرد و ۷ زن با سنین بین ۲۵ تا ۴۶ سال در یک مطالعه ای متقاطع، کنترل شده و تصادفی شرکت کردند. در این تحقیق ۱۵ نوع شیر هم چرب با ۱۶ درصد چربی خام نمونه شاهد، شیر غنی شده حاوی تری کلسیم فسفات و ماده خشک شیر، شیر غنی شده حاوی شیر غلیظ شده، شیر غنی شده حاوی فروکتولیگوساکارید و شیر غنی شده حاوی کاربونیو فسفو پیپتیدها استفاده شده و همچنین کلسیم کل در تمام غذاها و مواد تشکیل دهنده با استفاده از روش جذب ستیجی جذب امی اندازه گیری شد. به داوطلبان توصیه شد که از رژیم غذایی معمولی خودشان پیروی کنند و از آن ها خواسته شد تا کلیه مواد غذایی و نوشیدنی های مصرف شده را از ۴



References:

1. Absorption of calcium from milks enriched with fructooligosaccharides, caseinophosphopeptides, tricalcium phosphate, and milk solids 1-3 Eduardo Lopez-Huertas, Birgit Teucher, Julio J Boza, Antonio Martinez-Ferez, Gosia Majasak-Newman, Luis Baro', Juan J Carrero, Maria Gonzales-Santiago, Juristo Fonolla', and Susan Fairweather-Tait
2. Heaney RP. Effect of calcium on skeletal development, bone loss, and risk of fractures. Am J Med 1991;91:23S-8S.
3. Heaney RP. Age considerations in nutrient needs for bone health: older adults. J Am Coll Nutr 1996;15:575-8.
4. Abrams SA. Calcium turnover and nutrition through the life cycle. Proc Nutr Soc 2001;60:203-9.
5. Sandler RB, Siemenda CW, LaPorte RE, et al. Postmenopausal bone density and milk consumption in childhood and adolescence. Am J Clin Nutr 1985;42:270-4

■ استفاده از جلبک دریایی

از جلبک‌های دریایی، **F. Vesiculosus** یک گونه جلبک قهوه‌ای است که منبع غنی از مواد مغذی و انواع مختلفی از مواد فعال زیستی از جمله پلی ساکاریدهای سولفاته، مانند موکوتیدان‌ها، رنگدانه‌های کروموفوریدی است که زیر گروهی از پلی فنول‌تولوسیدول پلی فنول‌ها است که فقط در جلبک‌های دریایی قهوه‌ای یافت می‌شود و دارای مزایای سلامتی بالایی است. مشخص شده است که فلوپولن‌ها دارای خواص ضد باکتری، ضد ویروسی، ضد سرطان و ضد التهاب هستند. نتایج بخشی از پروژه **VII PQ** رویا، نشان می‌دهد که عصاره جلبک دریایی می‌تواند در مواد غذایی حیوانی جزیبی برای افزایش پایداری کتبی کسپدلی و همچنین تقویت طعم آن‌ها استفاده شود.

■ استفاده از انواع سیبوس‌ها

سیبوس‌ها به عنوان یک ماده مؤثر در محصولات گوشتی می‌تواند باعث افزایش ارزش تغذیه‌ای محصولات و همچنین کاهش مایه‌های تمام شده گردند در مواردی که استفاده از سیبوس ممکن است باعث کاهش کیفیت از گانولیتیکی محصولات گوشتی شود؛ استفاده از موادی مانند الومین تخم‌مرغ و روغن نباتی پیشنهاد شده است.³³

پورسی تاثیر الومین تخم‌مرغ، روغن نباتی، سیبوس ذرت و روغن‌های پخت و پز بر خصوصیات کیفی نانگ‌های مرغ نشان داد. الومین تخم‌مرغ و روغن نباتی دارای یک اثر خطی مثبت بر ویژگی‌های از گانولیتیکی بودند اما سیبوس ذرت تاثیر منفی بر این موضوع داشت. افزایش سطح الومین یا روغن گیاهی باعث افزایش امتزاج حسی و کاهش مقاومت مواد مغذی شد. بنابراین سطح پیچیده الومین تخم‌مرغ، روغن نباتی و سیبوس ذرت بر اساس کیفیت حسی و ویژگی‌های نانگ‌ها تعیین شد.³⁴

■ استفاده از عصاره‌های طبیعی

استفاده همزمان از عصاره طبیعی و مواد معدنی

استفاده همزمان از عصاره‌های طبیعی و املاح معدنی می‌تواند برای کاهش اکسیداسیون مؤثر باشد. به طوری که در سال ۲۰۲۰، مطالعاتی نشان داد که افزودن ترکیبات فنی به صورت عصاره طبیعی از گیاهان، گیاهان و میوه‌ها به همراه ترکیبات معدنی روی و سلنیوم می‌تواند شدت میکروبی و اکسیداسیون نسبه‌ها را کاهش دهد. به عنوان مثال، ترکیبی از عصاره انگور و رزماری ۷۵٪ و ترکیب رزماری و لار ۵۰٪ رشد میکروارگانیسم‌ها را در نانگ مرغ نسبت به نمونه شاهد کاهش می‌دهد. استفاده همزمان از ترکیبات فراورده‌های رزماری، انار، لثوره و ترکیبات معدنی روی و سلنیوم، کیفیت از گانولیتیکی و مدت زمان نگهداری ترکیبات مرغی را در طول یک سال سرداری متجمد حفظ می‌کنند.

با توجه به مزایای سلامتی این عصاره‌ها به عنوان منبع آنتی اکسیدان‌ها، کاربرد آن‌ها در صنعت گوشت برای جایگزینی با کاهش حفظ افزودنی‌های مصنوعی رایج، توصیه می‌شود.³⁵



رویکردهای نوین صنعت غذاهای آماده در غنی‌سازی



مهندس عسگری زاده

دانشجوی دکتری مهندسی صنایع، رئیس کنترول‌آمار و برنامه‌ریزی واحد تحقیق و توسعه شرکت سبانه پخش (تاسا پخش)

■ مقدمه

امروزه به جهت بالا بردن ارزش غذایی مواد غذایی و حفظ سلامت مصرف کنندگان، غنی‌سازی جایگاه قابل توجهی در صنعت غذا پیدا نموده است. غنی‌سازی به منظور اصلاح یک کمبود رژیمی شناخته شده، بازگرداندن مواد مغذی از دست رفته، افزایش کیفیت مغذی فرآورده‌های غذایی استفاده می‌شود. فراین غنی‌سازی همیشه دو لغت **Enrichment** و **Fortification** به کار می‌رود. **Enrichment** نوعی از غنی‌سازی

است که روش تغذیه‌ای غذا به حالت قبل از فراوری آن باز می‌گردد در حالی که **Fortification** به معنای افزودن ویتامین‌ها و مواد معدنی جهت افزایش ارزش تغذیه‌ای غذا است. نکته مهم دیگر قیمت ماده افزودنی است. معمولاً فرایند غنی‌سازی نباید خیلی بر قیمت مایه‌های محصولات اضافه نماید.³⁶

در ادامه به چند نمونه غنی‌سازی در حوزه غذاهای آماده اشاره می‌کنیم. اخیراً مورن آزمایش فرار گرفته اشاره می‌شود.

■ عناصره کالچین جای

افزودن کالچین جای و ویتامین C به روزیایی حسی؛ شدت رنگ و چربی در گوشت گاو بخته با خام و گوشت مرغ در زمان نگهداری در یخچال مورد بررسی قرار گرفت. کالچین از گروه پلی فسول ها بوده که از رایج ترین استن اکسیدان های مواد غذایی هستند و از طریق مهباز را شکل های آزادنش مهمی در پیشگیری از سماری های مزمن از جمله سرطان دارند. افزودن کالچین جای به گوشت چرخ کرده باعث تغییر رنگ در گوشت گاو بخته و مرغ گوشتی می شود و به طور موثری اکسیداسیون چربی ها را

در لگدهای گوشتی بخته با خام نسبت به شاهد، کاهش داده است. کالچین جای باعث مهباز بیشتر اکسیداسیون لیپیدها در گوشت گاو خام نسبت به ویتامین C می شوند.

■ نتیجه گیری

در غنی سازی محصولات غذایی قاقیو های مانند رایج بودن محصول در یک منطقه، مبرون به صرفه بودن هزینه عملیاتی و عدم تغییر طعم غذا در حین پروسه تولید نقش تعیین کننده ای دارند. در دیوار گذشته کتب روش های غنی سازی به استفاده از ویتامین ها، آهن و به احتیاطی داده شده است.

مطالعات مربوط به غنی سازی مواد غذایی نتایج امیدوار کننده ای در کنترل و جلوگیری از کمبود ریز معدنی ها در بین جمعیت های آسیب پذیر به ویژه زنان و کودکان نشان داده است.

غنی سازی مواد غذایی در محصولات فرآوری شده در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، برای تغذیه انسان ضروری است. با این حال، غنی سازی تنها راه حل جبران کمبودهای غذایی در سراسر جهان نیست.

ترکیبی از رویکردهای مبتنی بر تامین مواد غذایی در کنار غنی سازی در کشورهای در حال توسعه مورد نیاز است.



References:

1. P. Corsetto, G. Montorfano, S. Zava, I. Colombo, B. Ingadottir, R. Jonsdottir, K. Sveinsdottir, A. Maria Rizzo, (2020), "Characterization of Antioxidant Potential of Seaweed Extracts for Enrichment of Convenience Food". Antioxidants (Basel). Volume 9.
2. A.K. Pathera, C.S. Riar, S. Yadav, D.P. Sharma, Y.S. Yadav, M. Kumar, (2017), "Optimization of dietary fiber enriched chicken nuggets for different cooking methods", DOI 10.1007/s11694-017-9517-2
3. A.K. Pathera, C.S. Riar, S. Yadav, D.P. Sharma, (2017), "Effect of Dietary Fiber Enrichment and Different Cooking Methods on Quality of Chicken Nuggets", Korean J Food Sci Anim Resour. 37(3): pp: 410-417.
4. A. K. Pathera, Charanjit Singh Riar, Sanjay Yadav, Pradeep Kumar Singh, (2018), "Effect of Egg Albumen, Vegetable Oil, Corn Bran, and Cooking Methods on Quality Characteristics of Chicken Nuggets Using Response Surface Methodology". Korean J Food Sci Anim Resour. 38(5): pp: 901-911
5. F. J. Chadare, R. Idohou, E. Nago, M. Affonfere, J. Agossadou, T. K. Fassinou, C. Kenou, S. Honfo, P. Azokpota, A. R. Linnemann, D. J. Hounhouigan, (2019), "Conventional and food-to-food fortification: An appraisal of past practices and lessons learned", Food Science & Nutrition (7), pp: 2781-2795, <https://doi.org/10.1002/fsn3.1133>
6. Mitsuru Mitsumoto, Michael N. OGrady, Joe P. Kerry, D. Joe Buckley, (2005), "Addition of tea catechins and vitamin C on sensory evaluation, color and lipid stability during chilled storage in cooked or raw beef and chicken patties". Meat Science 69, pp: 773-779, doi: 10.1016/j.meatsci.2004.11.010
Food Sci Nutr. 2019;7:2781-2795.
Food Sci Nutr. 2019;7:2781-2795.
7. L. Martinez, G. Ros, G. Nieto, (2020), "Effect of natural extracts obtained from food industry by-products on nutritional quality and shelf life of chicken nuggets enriched with organic Zn and Se provided in broiler diet", Poultry Science, Volume(99)3, PP: 1491-1501

ا. دستور العمل اجرایی غذاهای فراسودمند و غنی سازی اختیاری مواد خوراکی و آشامیدنی. تجدید نظر دوم

تولید شیر عملگرا (حاوی زردچوبه، شیره خرما و دارچین)



شبیبا جمال آبادی
دانشجو مهندسی صنایع
مخاین دانشگاه علمی کاربردی
شامشام



مریم دلیر
دکتری بهداشت مواد غذایی،
استادیار دانشکده علمی کاربردی،
مشاور ارشد صنایع غذایی

مقدمه

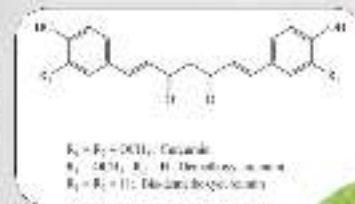
غذای عملگرا به ماده غذایی و نوشیدنی‌هایی اطلاق می‌شود که دارای توانی قوی‌تر از ارزش غذایی و یا محتوای مواد مغذی خود بر سلامت انسان باشد. در این طرح به استفاده از شیر کم چرب پاستوریزه شده محصول لبنی عمل‌گرایی را تولید کردیم که حاوی ماده شیرین کننده طبیعی شیره خرما می‌باشد؛ همچنین به منظور به کار بردن زردچوبه و دارچین به عنوان ماده طعم‌دهنده و دارای خواص فراوان غذایی، نوین‌ترین تولید محصول لبنی جدیدی با این ترکیبات داشته باشیم.

بنیادی نظری پژوهش

شیر، این نوشیدنی شگفت‌انگیز دارای خواص بینماری می‌باشد. از جمله سرشار از مواد معدنی کلسیم، پتاسیم، فسفر، آهن و ویتامین‌های گروه B، A، E می‌باشد. زردچوبه یک زردچوبه یا زردچال نام علمی (Curcuma longa) نوعی گیاه و ادویه‌ای است که از آن گیاه تهیه می‌شود. زردچوبه از رده رنجیبیل‌وارها (Lilopsida)، راسته رنجیبیل‌ها (Zingiberales) به زنجبیل (Zingiberaceae) تعلق دارد. زردچوبه‌ها (Curcuma) است که می‌تواند به زردچوبه‌ها از خانواده رنجیبیل است که به دلیل دارا بودن ترکیبات فنولی با ارزش تغذیه‌ای کم‌کم به لحاظ پزشکی و دارویی از جایگاه بالایی برخوردار است. پژوهش‌های متعددی در کشور انجام شده که هر کدام از جنبه‌های این موضوع پرداخته است. یافته‌های حاصلی است زردچوبه با خاصیت آنتی‌اکسیدانسی وجود می‌تواند کاهش التهاب ایجاد می‌کند.

طلحال، روده و کلیه را به همراه داشته و به عنوان ماده‌ای ضد سرطانی، ضد باکتری، ضد قارچ و عفونت‌های باکتریایی مورد استفاده قرار گیرد. زردچوبه، پودر خشک به دست آمده از ریزوم، بر روی قرن‌ها در مناطق مختلف جهان استفاده شده و به فعالیت‌های درمانی مختلف از جمله فعالیت آنتی‌اکسیدانی، ضد التهابی، ضد سرطانی، ضد رشد ضد درد معاصر، ضد آکسیداتی، ضد پیری، ضد دیابت، ضد میکروبی و فعالیت‌های افزایش دهنده حافظه مرمضا شده است. مهم‌ترین ترکیب موجود در زردچوبه، کورکومین بوده که به طور گسترده‌ای بیش از 3600 سند مورد مطالعه قرار گرفته است.

ساختار تریکومین، مستندان



شیردها جزء مواد غذایی نژی را بوده و برای مواقعی که بدن به انرژی بیشتری نیاز دارد، بهترین غذا محسوب می‌گردد. از جمله این شیرها شیره خرما می‌باشد که حاوی فسفر و آهن است. مصرف آن در وعده صبحانه باعث فعال شدن سلول‌های عصبی و ماده معدنی کم‌خونی در افراد می‌شود. خرما منبع خوبی از انرژی، فسفر، قند، انواع ویتامین و مواد معدنی است. نوعی است مواد معدنی مانند کلسیم، آهن، فسفر، سدیم، پتاسیم، منیزیم، گوگرد و روی در این میوه شیرین بسیار یافت می‌شوند علاوه بر این، ویتامین‌هایی مانند تیامین، ریبوفلاوین، نیاسین، ویتامین B8، ویتامین A و ویتامین K نیز در خرما به فراوانی یافت می‌شود.

دارچین در حنج‌های از راسته لورال (Laurales)، تیره سرگرد بوس (Lauraceae)، سرده دارچینیان (Cinnamomum) و گونه وروم (Verum) است. در قرون وسطی دارچین برای درمان سرگرد، ورم معده و گله درد استفاده می‌شد. تحقیقات جدید نیز بر خواص و فواید پزشکی دارچین تأکید دارند. بر طبق تحقیقات جدید ثبت شده در کتابخانه ملی پزشکی ایالات متحده آمریکا، دارچین برای درمان گرفتگی عضلات، اسهال، اسهال، عفونت، سرماخوردگی و غیره استفاده می‌شود. همچنین به گفته مرکز دیابت



لطف خان -
دارچین
می تواند هند
خون را در حرارت
ممتدانه ذرات
نوع ۱ و ۲ کاهش
دهد. دارچین
دارای خاصیت آنتی
اکسیدانی زیادی
است.

نتیجه گیری

پس از تست‌ها و تیمارهای انجام
شده، محصولی به دست آمد که همه دارای خواص
غذایی، مقوی و هب طعم و مزه قبل قبولی است. توجه به
می‌گردد به حای تولید شربتهای طعمدار با اسامین هری مقوی
از این محصول به عنوان جایگزین در صنعت لبنیات استفاده گردد.

پیشینه پژوهش

در انجام این پژوهش از مقالات زیر استفاده شد
ت: خواص حرمانی دارچین: مروری بر ویژگی‌ها و خواص دارچین: مرید سلمان -
مرید سلامی، محمد عطری - سال ۱۳۹۶
Pittman, S., 2011. Cinnamon: its not just for making cinnamon ...
...
♦ خواص زردچوبه بر روی اثرات کور کومین بر سلامت انسان: اچام ریمه دل -
سال ۱۳۹۷
♦ پیشینه عملکرد و اثر فرانتامولسفاور: بررسی اثرات فرانتامولسفاورهای مختلف
و انتخاب اجزا در پیچیده سازی بافت نوشیدنی‌های عملکردی پایه شیر و تضمین
کیفیت، سیبده پورسفراده ثانی، اسماعیل عطاری، صالحی، سال ۱۳۹۶
Grainer R., Larsson Almingor, Carlsson N.G., Muzquiz M., Burbano C
...
♦ شیر خام با یک غذا با ارزش غذایی و انرژی بالا، گازبرد شیر خام با غنای
شیرین کننده طبیعی در تولید شیر کدکوتو، سحر کاظم عنایه، ایلان علی راده،
سال ۱۳۹۵

تجزیه و تحلیل خامها

طعم و بوی شیر معمولی برای بسیاری از افراد خوب شناخت و به همین دلیل
مصرف شیر در بسیاری از جوامع، پایبند آمده است و ورود شیر طعم دار به بازار،
مصرف کلی شیر افزایش پیدا کرده است. شیر به صورت طبیعی دارای قندها لاکتوز
است. بویید کننده‌های شیر طعم دار به منظور دلپذیر تر کردن طعم شیر به آن
شیرین کننده اضافه می‌کنند. بوی قندها کار رفتن بستگی به فرمولاسیون خاص
هر تولید کننده دارد. اما در این پژوهش از شیر خرما استفاده کردیم. علاوه بر
آن از زردچوبه و دارچین به منظور ایجاد طعم و عطر مطلوب و همچنین زردچوبه
به سبب ویژگی‌های منحصر به فرد سلامت‌زایی در سراسر جهان به عنوان
یک ماده غذایی عملکردی شناخته می‌شود. شیرهای عملکردی در حد هر جمله با
مقدار عالی منسوب از طعم، دهنده‌ها به دست نموده و نسبتاً گامولسیک پوست
بالمست‌ها انجام گرفت. شیر زردچوبه با طعم دهنده در چین و تایوان کشنده
شیر خرما بیشترین شیر آزاری را از بین نمونه‌های تولید شده کشید کردیم



شیر + زردچوبه + عسل: A
شیر + زردچوبه + شیر خرما: B
شیر + زردچوبه + شیر خرما + دارچین: C

ویژگی‌های شیمیایی

ویژگی‌ها	حدود قابل قبول
اسیدیته	۲۶-۲۷
PH	۶-۷
مواد جامد محلول در آب	حد اکثر ۷۰
حداکثر آب محلول در شیر	حد اکثر ۲۰
شد شد اجرا کننده شد غیر اجرا کننده فروکتوز به گلوکز	حد اکثر ۱۵۰ حد اکثر ۸۰ حد اکثر ۸/۳
مقاومت در برابر شکرک زدگی	مقاوم باشد

منابع:

۱. ارزیابی محتوای پلی فنولی عصاره آبی الکل زردچوبه در ایران با روش سیکلوفن، پورسفراده محمد سعید، مرید احمدی، محمد جواد نجفی، صالحی جلالی خان آبادی، علی مرادی
۲. شیر و هزاران خواص نهفته، نویسنده: وحید میر عادی
۳. خواص شیر سرخالی و ضد میکروبی پروتئین و پرینتید، نویسنده: رضا پورسقی، ملحه ساتات عطری، مرید سلامی، لیلیان مرید سلجی و علی اکبر صوری
۴. استاندارد ملی ایران، شیر طعمدار ۷۳۵۱
۵. مقایسه روش‌های مختلف جهت پیش‌بینی و ارجاعات ادویه‌جات از جمله زردچوبه، نویسنده: وحید پریر، دکتر عبدالکریم اسماعیلی
۶. بازه ماده غذایی ضد درد و ضد التهاب، نویسنده: نسوین محمد
۷. ویژگی‌ها و خواص شناختی شیر خرما، نویسنده: مهندس مسعود خیاری
۸. استاندارد ملی ایران شیر یاسنوریزه ۳۹

9. Pittman, S., 2011, Cinnamon its not just for making cinnamon ...
10. Mathew, S. & Abraham, T. E. (2006). Studies on the ...
11. Grainer R., Larsson Almingor, Carlsson N.G., Muzquiz M., Burbano C...

ارایه فرمولاسیون جدید شیر_ آب زرشک و بررسی آزمون‌های آن



سمانه کاطمی
دانشجوی کارشناسی ارشد
مهندسی علوم و صنایع غذایی

چکیده

نوشیدنی شیر با میوه محصول جدیدی است که به نازکی مورد توجه قرار گرفته است. تاکنون تعداد کمی از آب‌میوه‌ها به منظور تولید این نوشیدنی استفاده شده است. در این تحقیق تلاش بر این است تا برای اولین بار از آب زرشک که دارای خصوصیات غذایی و سلامت‌زا است، محصول جدید شیر-آب زرشک تهیه شود. یکی از مشکلات عمده در تولید این نوشیدنی، دو فاز شدن آن طی تولید و نگهداری به دلیل رسوب کازئین شیر در PH پایین آب زرشک است. در این تحقیق جهت جلوگیری از کاهش تجمع پروتئین (ارغویل کازئین) از دو نوع هیدرولیز (یکتین، کریوکسی متیل سوزن) و مخلوط آن‌ها به نسبت (۵۰:۵۰) در غلظت‌های ۰.۲ درصد، ۰.۴ درصد و ۰.۶ درصد جهت پایداری نوشیدنی شیر-آب زرشک بعد از دو هفته انبارداری و پایداری در مدت دو فاز شدن و در صورت رسوب تعیین شد. بر اساس یافته‌های این تحقیق، شمارهای حوی یکتین ۰.۲ درصد و ۰.۴ درصد، بالاترین پایداری را در محصول ایجاد کردند. در این میان انواع هیدرولیز (یکتین، کریوکسی متیل سوزن و کریوکسی متیل سوزن) به ترتیب بیشترین پایداری را در محصول نشان دادند. پس از آن، فرمولاسیون پهنه نوشیدنی شیر-آب زرشک تهیه و به مدت ۲۴ روز در دمای یخچال نگهداری و ویژگی‌های فیزیکی و شیمیایی آن بررسی شد. نتایج نشان‌دهنده نشان داد که تاثیر میزان آب زرشک، شیر و یکتین روی مقادیر رسوب و دو فاز شدن نوشیدنی شیر-آب زرشک معنی‌دار بوده است. در طی اینبارداری محصول میزان آنتوسیانین از ۶۹.۷۳ به ۷۰.۹۲ میلی‌گرم سیانیدین/۱۰۰ میلی‌لیتر در صد افزایش یافته است. یافته‌ها نشان می‌دهند که تولید نوشیدنی شیر-آب زرشک با کمترین میزان رسوب و دو فاز شدن با استفاده از پایداری کننده یکتین امکان پذیر است.

کلیدواژه:

شیرین چرخ، پایداری، هیدرولیز، آب زرشک

مقدمه

بدون تردید شیر و محصولات حاصل از آن یکی از مواد غذایی بی‌نظیر از لحاظ ارزش غذایی آن به شمار می‌آیند. امروزه فرآورده‌هایی از شیر تولید می‌شوند که سبک، عمده‌ای در حیرت‌انگیز غنای غلب مردم دنیا دارند. از این رو بررسی‌های علمی در مورد شیر به خصوص مطالعه در مورد شرایط تولید محصولات مختلف و عوامل موثر بر جراثیم مختلف شیر در طی فرآوری، جایگاه بسیار مهمی را به خود اختصاص داده است. (مرضوی و همکاران)

امروزه انواع مواد غذایی با ارزش غذایی بالا، خوش طعم و با قابلیت نگهداری طولانی در بسیاری از نقاط جهان تولید می‌شوند. از جمله این مواد غذایی، نوشیدنی‌هایی بر پایه شیر هستند که انواع شیر طعم‌دار و شیر اسیدی شده به دو دسته نوشیدنی‌های اسیدی تخمیری و نوشیدنی‌های اسیدی شده بدون صورت مسهم تخمیری می‌شوند. (ناکامورا و همکاران ۲۰۰۶). این نوشیدنی‌ها را می‌توان به صورت سامانه‌های مایع پروتئینی اسیدی شده یا به عبارتی روی مشابه شیر طبیعی توصیف کرد که معمولاً از یک فاز اسیدی لنی (پایه تخمیری) یا پایه طبیعی (شیر، شیر سویا و...) به همراه یک محیط اسیدی (قند، سوه، پالپ، کنسرت و...) تشکیل شده‌اند که می‌تواند حاوی طعم‌دهنده، شیرین‌کننده، پایداری کننده و... نیز باشند. (جن و همکاران ۲۰۰۷). اصولاً PH نوشیدنی‌های گروه اول و دوم به ترتیب به دلیل فعالیت باکتری‌های لاکتیکی و حضور

سلاخی و خدایی آن می‌شوند. بی‌شک نوین‌بینی‌هایی بر پایه آمپوه بازار بودن مواد غذایی با ارزش نظیر گلگون، فروگون، اسلاج، ویتامین‌ها، فیبرهای رژیمی و نئی‌کنندگی‌ها جایگزین مناسبی برای نوشله‌ها به خصوص برای کودکان هستند.

■ مواد و روش‌ها در آزمایش‌های انجام گرفته در پژوهش‌ها

■ مواد مصرفی

زرشک به نسبت ۱ به ۱ با آب مخلوط شد. پس از ۲۴ ساعت نگهداری در یخچال به روش خانگی آب زرشک تهیه شد. آب زرشک حاصل دارای بی‌کس ۱۱۰۴ و PII-۹۱۲ بود. شیر پس جرخ هم با ویژگی‌هایی که در جدول زیر عنوان شده است مورد استفاده قرار گرفت:

جدول ۱: آنالیز شیر پس جرخ	
ویژگی	مقدار
دانسته	۸۷۴.۹۰
چربی	۵.۷۰۳۰
پروتئین	۳۰۷.۹۰ ± ۰.۱۷۸
لکتوز	۳۶.۷۰ ± ۰.۲۶۱
اسیدیته	Dv
کل مواد جامد	۸۷۴.۹۰ ± ۰.۱۷۸
تراکم مواد جامد	۸۷۴.۹۰ ± ۰.۱۷۸
PH	۶.۷۰ ± ۰.۱۷۸

در تهیه فرمولاسیون نوشیدنی شیر آب زرشک، ۲۰ فاکتور میزان آب زرشک در ۲ سطح ۶۰، ۵۰، ۴۰ درصد و ۲ نوع هیدروکلونید شامل بکتین و کربوکسی مثل سلولوز و مخلوط آن‌ها در ۳ غلظت ۰.۲ و ۰.۴ و ۰.۶ درصد و میزان آب ۳۰ درصد مورد بررسی قرار گرفت. پس از ۱۲ روز، دو نمونه در حد رسوب، دو فاری و با بیماری بر روی بیمارها ایجاد گرفت و بر اساس نتایج بدست آمده فرمولاسیون بهینه انتخاب شد.

■ روش آماده‌سازی بیمارها در پژوهش‌ها

ابتدا هیدروکلونید با غلظت مشخص با شکر (۷/۵ در صد وزنی) و زین مخلوط شدند؛ سپس آب زرشک و شیر، طبق فرمول بدست آمده اضافه شدند و در بهت به کمک دستگاه همزن تائیز با دور ۱۰۲۰ به مدت ۲۰ دقیقه مخلوط و هموزن شد و

در PH کم تر از ۳/۵ جذب می‌توانند و قسمت‌هایی می‌تواند در دفع سبب در PH پایین جذب می‌شوند و پایداری این نوشیدنی را باعث می‌شوند. (جنسن و همکاران ۲۰۰۹)

کربوکسی متیل سلولوز (CMC) مشتق آمیون سلولوز بوده که در آب محلول و در حلال‌های آلی نامحلول است. این هیدروکلونید یک پلی ساکارید بوده که در PII پایین با پروتئین‌های شیر کمبکس شده می‌دهند. همچنین قادر است شیر هری اسیدی شده را به طور موقت پایدار کند (جان هویج و همکاران ۲۰۰۹). کربوکسی متیل سلولوز با افزایش پتانسیل زتا در پوشش‌های سیدی شیر موجب دفعه‌ی انکتیویته بین ذرات کلونید شده و از جدا شدن فاز جلوگیری می‌کند. (بدیری و همکاران ۲۰۰۹)

برای استفاده از اثر تشدیدکنندگی می‌توان از مخلوط دو با جند صمغ در ماده غذایی استفاده کرد که در این صورت ویژگی‌های رئولوژیکی محصول پیوسته می‌باید (عابدی و همکاران ۱۳۹۰)

■ نوشیدنی شیر- آمپوه

پوشندگی شیر- آمپوه مخلوطی از شکر و آمپوه است که یک یا چند نوع آمپوه مختلف در فرمولاسیون آن به کار رفته است. این نوشیدنی علاوه بر دارا بودن طعم و مزه مطلوب بسیار مغذی بوده و در مواردی که در وقت مواد مغذی توسط بدن انسان کم بوده و جسمش بروز برخی زیماری‌ها وجود دارد می‌تواند مغذی باشد. در حال حاضر ۱۷۷ نوع از این نوشیدنی‌ها در بازار وجود دارد از جمله: آب برنج، آب، هلو، نیمه‌شیرین، کپوی، هویج، زردآلو و ... شیرین کننده‌هایی مثل: ساکاروز و دکستروز، مواد عطر و طعم‌ری طبیعی و ... در این نوشیدنی‌ها وجود دارد.

Sampedro, f. D. Rodrigo and M. Hendrickx (۲۰۰۸)

در بعضی از این ۱۷۷ نوع نوشیدنی، بکتین به عنوان پایدارکننده در فرمولاسیون استفاده شده است. آمپوه محصولی فراسودمند است که حاوی ویتامین‌ها و فیبر هری رژیمی می‌باشد. آمپوه‌ها مطلوب هر گروه سنی هستند و باعث افزایش

تکه میوه‌ها، آمپوه‌ها، کنسرترا آمپوه و با اسیدهای خوراکی مثل اسید سیتریک، اسیدفرمییک و ... در محدوده اسیدی (۳/۴-۳/۶) است. (شورمان و همکاران ۲۰۰۷) این شرط سبب می‌شود تا پروتئین‌های کازین شیر، پایداری قوی و شیمیایی طبیعی خود را از دست ندهند و از لحاظ ظاهری و حسی، مطلوبیت چندانی برای مصرف کننده نداشته باشند. (DE Kruit, C. G. R Tuinire ۲۰۰۱)

(Gorroughhinia S) (۲۰۰۶)

یکی از عمده‌ترین مشکلات در تولید نوشیدنی‌های اسیدی شیر، دو فاز شدن آن در طی تولید و نگهداری است. این مسئله ناشی از رسوب کازین موجود در شیر در PII-۶۱۴ است (امیک - گیومور و همکاران ۱۹۹۵). زمانی که PII شیر کاهش پیدا می‌کند، کاهش پتانسیل زتا و تجمع پروتئین ناپذیر شبکه‌های معدنی کازین در میل‌ها اتفاق می‌افتد. در طی فرآوری، فرایند حرارتی موجب افزایش تجمع پروتئین و یا هیدروژناسیون باعث آسیب به شبکه زلی می‌شود و تولید کازینت سبب ایجاد رسوب می‌گردد. برای رفع چنین مشکلی می‌توان از هیدروکلونیدها در محصول استفاده کرد. (لودنت و همکاران ۲۰۰۳). گروه‌های هیدروکلونیدها با کاهش دامنه اکترواستاتیکی (هیدروکلونیدهای جذبی) و گروهی دیگر به وسیله‌ی افزایش ویسکوزیته‌ی فاز پیوسته (هیدروکلونیدهای غیر جذبی) باعث پایداری محیط می‌شوند. (اذری کوا و عدسی ۲۰۰۹)

■ نحوه‌ی عملکرد بکتین و کربوکسی متیل سلولوز در پایداری شیر اسیدی

هنگامی که شیر اسیدی می‌شود پروتئین‌های دافع اکترواستاتیک بین ذرات کازین کاهش می‌یابد و ذرات کازین در نقطه ایزوکترونیک شروع به بهم پیوستن می‌کنند. یکی مادر چه متوکسیل بالا رایج‌ترین صمغ (هیدروکلونید) مورد استفاده جهت جلوگیری یا کاهش بهم پیوستن کازین و جلوگیری از جدا شدن آب پنیر در پوشندگی‌های شیر اسیدی شده است. کازین حدود ۸۰ درصد پروتئین را تشکیل می‌دهد. در هنگام استفاده از یکی در این نوع پوشندگی‌ها، متوکسیل بکتین در اطراف ذرات کازین تجمع پیدا می‌کند. به دلیل توزیع خاص گروه‌های استتری در متوکسیل بکتین یا مناطق مختلف، بین ترکیبی مختلفی با پروتئین دار می‌باشد. در این حالت مناطقی به میل ترکیبی بالا سطح پروتئین را پوشانده و مناطقی با میل ترکیبی کم به قسمت‌های بیرون از سطح پروتئین امتداد پیدا می‌کند که حالت نول را پایداری لکترواستاتیک و حالت نوم را پایداری استری می‌یابد. (مرویرین و همکاران ۲۰۰۰)

در شیر اسیدی واحد هری ماری متوکسیل بکتین روی سطح میل کازین به دلیل واکنش‌های لکترواستاتیک که وابسته به PH است



به مدت ۶ هفته در یخچال نگهداری شد و هر ۱۴ روز یک بار نمرها از لحاظ ظاهر، فیزیکی و شیمیایی مورد بررسی قرار گرفتند.

پیشینه پژوهش

در مورد سوابق آزمون‌های نمونه در طی انبارداری

اندازه‌گیری درصد رسوب

من از من جهت بررسی بازاری تمام‌عصاره‌ها انجام گرفت. ابتدا ۲۰ گرم نمونه به داخل لوله آزمایش انتقال داده شد و سپس در دستگاه سانتریفیوژ با دور ۳۰۰۰ rpm و زمان ۵ دقیقه فریز گرفت؛ سپس درصد رسوب از طریق فرمول زیر محاسب گردید: (با نمونه حسی و سنگول و همکاران، ۲۰۱۰) درصد رسوب = (کل طول شمار در لوله / طول رسوب تیمار در لوله) × ۱۰۰

اندازه‌گیری میزان دو فاز شدن

برای تعیین درصد دو فاز، نمونه‌ها، نمونه‌ها را به درون لوله آزمایش مدرج انتقال داده و ارتفاع آب شفاف بعد از ۳ هفته به صورت جسمی فراتر شد و درصد دو فاز (جسمی / جسمی) با آب شفاف از فرمول زیر محاسب شد. (لوسی و همکاران، ۱۹۹۹)

درصد دو فاز = (ارتفاع کل / ارتفاع سر) × ۱۰۰

اندازه‌گیری فنولیک

این آزمون برای تیمارها به روش سیکتوفتو متری UV-VIS در ۷۶۰ نانومتر خوانده شد. (سیگلتون و همکاران، ۱۹۶۵)

اندازه‌گیری میزان آنتوسیانین

این آزمون به روش تغییر ۵- AOAC - PH (۲۰۰۲)

اندازه‌گیری ویسکوزیته

برای تعیین ویسکوزیته ظاهر، نوشیدنی شیر آب زرشک ز دستگاه ویسکومتر لوله موئین *ubbelohde* استفاده شد. تجربه تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار EXCEL صورت گرفت و از آزمایش فاکتوریل در قالب طرح آماری کاملا تصادفی خرید شد. سه در زمان استفاده شد و مقایسه میانگین با استفاده از روش حداقل تفاوت معنی‌دار (LSD) در سطح احتمال ۵ درصد صورت گرفت.

اندازه‌گیری ظرفیت آنتی‌اکسیداتی

این آزمون با استفاده از روش DPPH انجام شد و با استفاده از فرمول زیر محاسب شد:

IP = (چند نمونه - جذب شاهد) / (جذب شاهد) × ۱۰۰

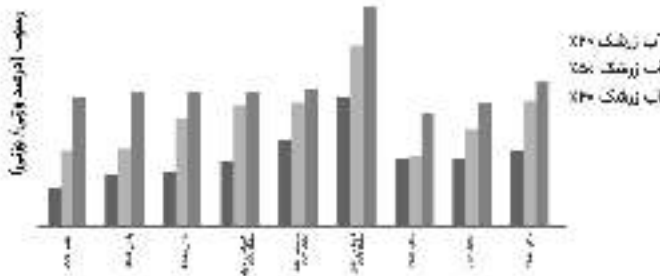
نتایج و بحث

در شکل ۱ همانطور که مشاهده می‌شود میزان رسوب در میان تیمارهایی که در فرمولاسیون ساخت آن‌ها مربوط به کربوکسی متیل سلولوز با غلظت ۰.۱۶ درصد و ۰.۴ درصد آب زرشک بیشترین میزان رسوب مشاهده شد و کمترین میزان رسوب مربوط به تیمارهایی که حاوی پکتین یا غلظت ۰.۳ درصد و ۰.۴ درصد و حاوی ۰.۴ درصد آب زرشک بودند مشاهده شد. به طور کلی افزایش غلظت

هیدروکلرید باعث افزایش معنی‌داری در میزان رسوب شد به طوری که بیشترین بهداری در غلظت ۰.۲ درصد هیدروکلرید مشاهده شد. (کاستنر و همکاران، ۱۹۶۵)

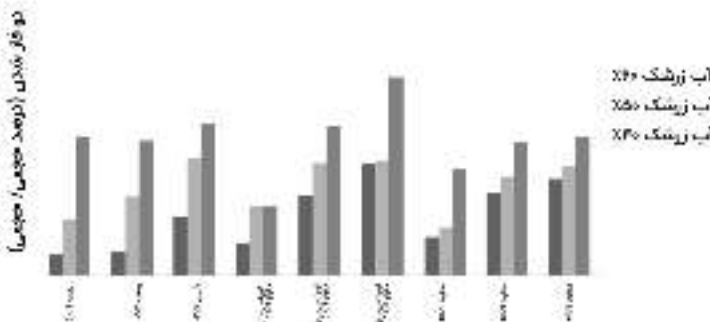
در غلظت‌های بالا هیدروکلرید دفعه‌ی ستریک بین میل‌های کاربیس افزایش می‌یابد. در مقابل، افزایش میزان زرشک باعث کاهش درصد رسوب می‌شود و در تیمارهایی که حاوی ۰.۶ درصد آب زرشک هستند کمترین رسوب را دارا بودند. (میسلم‌های کاربیس شیر در PII پایین‌تر از نقطه ایزوالکتریک رسوب خواهند کرد) با توجه به اینکه PH نمونه (۳.۱۴) بنابراین هر چه میزان آب زرشک در ساخت محصول کمتر باشد به همان نسبت پایداری محصول بیشتر است. بین نمونه‌ها، نمونه‌هایی که در ساخت آن‌ها ز هیدروکلرید مخلوط پکتین کربوکسی متیل سلولوز و پکتین استفاده شده بود اختلاف معنی‌داری از لحاظ رسوب مشاهده شد. در مقابل در تیمارهایی که کربوکسی متیل سلولوز یا مخلوط کربوکسی متیل سلولوز-پکتین و پکتین اختلاف معنی‌داری نداشتند و کمترین آن‌ها در بهداری محصول نشانی دادند. (قاسم‌نور و همکاران، ۱۳۹۱)

بر روی ویژگی‌های فیزیکی، شیمیایی و حسی نوشیدنی شیر آب نار مطالعه کردند که بین غلظت‌های مختلف به کار برده شده از پکتین (۰.۵، ۱ درصد) در ساخت تیمارها با افزایش پکتین درصد رسوب کاهش یافت. آن‌ها بین غلظت‌های مختلف شیر (۰.۳-۰.۵ درصد) تفاوت چندانی مشاهده کردند که با افزایش شیر، درصد رسوب افزایش یافت.



شکل ۱- درصد رسوب ۲۷ تیمار پس از ۱۴ روز نگهداری

در شکل ۲ میزان دو فاز شدن نمونه‌ها نشان داده شده که کمترین میزان دو فاز مربوط به نمونه‌های حاوی پکتین با غلظت ۰.۲، ۰.۴ درصد و حاوی ۰.۴ درصد آب زرشک بودند و بیشترین میزان دو فاز مربوط به نمونه‌های حاوی کربوکسی متیل سلولوز با غلظت ۰.۱۶ درصد و میان ۰.۴ درصد آب زرشک بودند. مشاهده گردید، بنابراین با افزایش غلظت هیدروکلرید و کلونید میزان دو فاز شدن محصول افزایش معنی‌داری یافت به طوری که بیشترین بهداری در غلظت ۰.۴ درصد بدست آمد. با افزایش میزان آب زرشک کاهش درصد دو فاز و نمونه‌های حاوی ۰.۴ درصد آب زرشک کمترین میزان دو فاز شدن مشاهده گردید. نمونه‌های حاوی هیدروکلرید، کربوکسی متیل سلولوز یا مخلوط کربوکسی متیل سلولوز-پکتین و با پکتین اختلاف معنی‌داری نداشتند و کمترین پایداری در مقابل مخلوط کربوکسی متیل سلولوز-پکتین مایکیس اختلاف معنی‌داری از لحاظ دو فاز نداشتند.



شکل ۲- درصد دو فاز ۲۷ تیمار پس از ۱۴ روز نگهداری

بررسی محصول در طی دوره انبارداری

درصد رسوب

جدول ۲، تغییرات رسوب دو نمونه شیر آب زرشک نشان داده شده که همانطور مشاهده می‌شود دو تیمار در زمان صفر با هم اختلاف معنی داری نداشته‌اند در نمونه حاوی پکتین ۰۱۲ درصد میزان رسوب ۲۰۱۳ (وزنی - وزنی) و پکتین ۰۱۴ درصد میزان رسوب ۲۰۷۵ (وزنی - وزنی) بود با گذشت زمان میزان رسوب در هر دو نمونه افزایش یافت به دلیل تجمع میسل کازئین و جدا شدن سرم به دلیل کاهش PH. میزان رسوب در نمونه حاوی پکتین ۰۱۲ درصد به ۴۲۷ درصد و در نمونه با غلظت ۰۱۴ درصد به ۴۰۹۸ درصد تغییر یافت که پس از اتمام دوره انبارداری تفاوت معنی داری با هم نداشته‌اند (مایدی و همکاران (۱۳۹۰)) بر روی اثر همپاری بین کربوکسی متیل سلولز و کاپاکراگینان در پایداری شیر آب زرشک مطالعه کردند و به همین نتیجه دست یافتند.

جدول ۳ تغییرات رسوب (دوره وزنی/وزنی) و (درصد رسوب/میلی) در تیمار شیر آب زرشک در طی زمان

زمان	درصد رسوب
روز ۰	۲۰۱۳ (وزنی-وزنی) ۲۰۷۵ (وزنی-وزنی)
روز ۱۰	۴۲۷ (وزنی-وزنی) ۴۰۹۸ (وزنی-وزنی)

در هر ردیف و هر ستون، به ترتیب حروف کوچک و حروف بزرگ غیر مشترک بیانگر تفاوت معنی دار در سطح احتمال ۵٪ هستند.

درصد دوغازی

در جدول ۲ همانطور که مشاهده می‌شود دو تیمار در زمان صفر در طی دوره انبارداری اختلاف معنی داری در آن‌ها مشاهده نشد با گذشت زمان درصد دوغازی افزایش یافت که این تغییرات برای هر یک از تیمارها معنی دار بود که احتمالاً به دلیل تجمع بیشتر پروتئین کازئین می‌باشد. هر چه میزان هیدروکل رسوب افزایش یافت در نتیجه درصد دوغازی افزایش یافت. (داقعه استرنک پس میسل‌های کازئین افزایش یافته و در نتیجه بهم پیوستن قطرات میسل اتفاق می‌افتد) (کاسیتر و همکاران (۲۰۰۹))

ویسکوزیته

در جدول ۳ تغییرات ویسکوزیته دو تیمار شیر آب زرشک نشان داده شده است همان‌طور که مشاهده می‌شود دو تیمار در زمان صفر با هم اختلاف معنی داری نداشته‌اند؛ اما با گذشت زمان این تغییرات معنی دار نبوده‌اند. پکتین ۰۱۴ درصد به دلیل میزان بیشتر پکتین ویسکوزیته بیشتری نسبت به پکتین ۰۱۲ درصد نشان داد. میزان ویسکوزیته در انتهای دوره نگهداری کمتر از میزان اندازه‌گیری شده در نمونه‌های تازه بود که به دلیل کاهش pH محصول در طول نگهداری و در ادامه رسوب پکتین مرتبط است.

جدول ۳ تغییرات ویسکوزیته (مانتس بول)
دو تیمار شیر آب زرشک در طی زمان

زمان	درصد رسوب
روز ۰	۲۰۱۳ (وزنی-وزنی) ۲۰۷۵ (وزنی-وزنی)
روز ۱۰	۴۲۷ (وزنی-وزنی) ۴۰۹۸ (وزنی-وزنی)

در هر ردیف و هر ستون، به ترتیب حروف کوچک و حروف بزرگ غیر مشترک بیانگر تفاوت معنی دار در سطح احتمال ۵٪ هستند.

انتوسیانین

در جدول ۴ میزان انتوسیانین در دو تیمار شیر آب زرشک نشان داده شده که همان‌طور که مشاهده می‌شود در طی دوره انبارداری اختلاف معنی داری نداشته‌اند و گذشت زمان میزان انتوسیانین رو به افزایش رفت که این تغییرات معنی دار نبود (احتمالاً به دلیل فعالیت آنزیم‌های موجود در نمونه‌های انتوسیانین شامل: فنیل آلانین آمونیاز و ترانسفران).

ترکیبات فنولیک

در جدول ۴ ترکیبات فنولیک در دو تیمار شیر آب زرشک که مقدار فنولیک در آن‌ها به ترتیب ۱۸۴۰۸۵ و ۱۸۱۶۹۸ میلی‌گرم گالیک اسید در هر لیتر نوشیدنی در طی نگهداری در زمان نشان می‌دهد که میزان فنولیک در دو تیمار افزایش معنی داری یافت (به دلیل تولید کسائی می‌باشد که قادر به واکنش با معرف فنولین هستند) که برابر با همکاران (۲۰۱۱) طی مطالعه‌ای که داشتند بر روی ویژگی کیفی نوشیدنی شیر آب پرتغال توسط فرایندهای حرارتی ۹۰ و ۹۸ به مدت ۱۵ و ۲۱ ثانیه به این نتیجه رسیدند که پس از فرآیند حرارتی میزان کل فنولیک افزایش یافت که در طول نگهداری میزان فنولیک افزایش یافت که میزان بیشتر از میزان اندازه‌گیری شده بعد فرآیند حرارتی بود که نتیجه تولید ترکیباتی که با معرف فنولین واکنش داده باعث افزایش ترکیبات فنولیک شده بیان نمودند.

آنتی‌اکسیدان‌ها

در جدول ۴ تغییرات ظرفیت آنتی‌اکسیدانی دو تیمار شیر آب زرشک نشان داده که در زمان صفر اختلاف معنی داری نشان دادند بطوری که این ظرفیت برای پکتین ۰۱۲ و ۲۲۰۱۹ درصد و برای پکتین ۰۱۴ و ۷۱۰۳۵ درصد مشاهده می‌شود.

در طی دوره انبارداری نیز برای تغییرات معنی داری بود. میزان آنتی‌اکسیدان اندازه‌گیری شده در انتهای دوره انبارداری بیشتر از ابتدای دوره نگهداری در انبار گزارش شد برای پکتین ۰۱۲ درصد این مقدار ۷۷۰۶۷ درصد و برای پکتین ۰۱۴ درصد ۲ بود.

جدول ۴ تغییرات میزان ترکیبات انتوسیانین (میلی‌گرم سیانیدین ۳-گلوکوزید)، میزان ترکیبات فنولیک (میلی‌گرم گالیک اسید در هر لیتر نوشیدنی) و ظرفیت آنتی‌اکسیدانی (درصد معافیت‌کنندگی) دو تیمار شیر آب زرشک در طی انبارداری

زمان	درصد رسوب
روز ۰	۲۰۱۳ (وزنی-وزنی) ۲۰۷۵ (وزنی-وزنی)
روز ۱۰	۴۲۷ (وزنی-وزنی) ۴۰۹۸ (وزنی-وزنی)

در هر ردیف و هر ستون، به ترتیب حروف کوچک و حروف بزرگ غیر مشترک بیانگر تفاوت معنی دار در سطح احتمال ۵٪ هستند.

نتیجه گیری

آب زرشک یکی از آبمیوه‌های مفید با ارزش تغذیه‌ای بالا است. یکی از ترکیبات ارزشمند در میوه‌ی زرشک، ترکیبات فنولیکی هستند که این ترکیبات به دلیل به تاخیر آمدن خن هساده گند تو لیبینه‌ها و بهبود کیفیت و ارزش تغذیه‌ای غذا از اهمیت ویژه‌ای در صنایع غذایی برخوردار است. فعالیت آن‌س اکسیدانی زرشک نیز عمدتاً ناشی از ترکیبات فنولیک و فلاونوئیدها موجود در آن است که با توجه به این خصوصیات، میتوان از آب زرشک در جهت تولید ترکیبات فراسودمند استفاده کرد که یکی از این ترکیبات نیز آب زرشک است. نتایج نشان داد نمونه‌های حاوی ۰۱۲ درصد پکتین، ۰۱۴ درصد پکتین، ۰۱۲ درصد گرومکس متیل سلولوز، ۰۱۴ درصد مخلوط نو هینر و کوتید با درصد آب زرشک ۶۰ درصد، بالاترین پایداری را از لحاظ درصد رسوب و دو فازگی در محصول داشتند. به منظور بررسی اثر زمان و نگهداری محصول، فرمولاسیون بهینه نوشیدنی شیر آب زرشک به مدت ۴۲ روز در یخچال نگهداری و این دوره نگهداری آزمون‌های مورد نظر تجده گرفتند. در طی دوره نگهداری در یخچال اثر منفی بر روی خواص تغذیه‌ی محصول مشاهده نشد.

این مطالعه نشان داد پکتین بیشترین پایداری را دارا است و همچنین نتایج نشان داد میزان پکتین ۰۱۲ درصد بهترین نتیجه را در ایجاد و تولید نوشیدنی با حداقل میزان رسوب و دو فاز شدن امکان پذیر است.

منابع:

- عابدی و لوکلایس س.ع.، محمدی نائی ع.، کارا زیان ح و عطای صالحی الف.، ۰۹۳۱، ارزیابی ویژگی‌های همبندی بین پکتین و گرومکس متیل سلولوز در نوشیدنی شیر-آب تمشک، مجله علمی پژوهشی علوم و فناوری غذایی، ۱۱، ۱-۱۱
- فاسم تبار، گلین س.ا.ح و نصیریور ع.، ۱۹۳۱، بررسی ویژگی‌های شیمیایی و حسی نوشیدنی شیر آب زرشک در طی دوره نگهداری، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صنعتی اصفهان
- مر تضوی ع شهیدی م. حکیم راده و حکیم عطار ب و طباطبایی ف.، ۸۹۳۱، تکنولوژی شیر و فرآورده‌های لبنی، انتشارات ترجمان خرد
- محمدی س. و حمیدی ز.، ۸۹۳۱، تاثیر برخی هیدر و کلونیدها بر پایداری فیزیکی، ویژگی‌های رئولوژیکی مخلوط شیر- آب بر تقال، مجله علوم تغذیه و صنایع غذایی ایران، ۵، ۲۱-۱
- کرامت، ج.، ۲۸۳۱، مبانی شیمی مواد غذایی، مرکز نشر دانشگاه صنعتی اصفهان

- Luccy, J., A.M. Tamchana, H. singhand P.A. Munro. 1990. Stability of model acid milk beverage: effect of pectin concentration, strong temperature and milk heat treatment. J. Text. stud. 30: 306-318
- Laurent M. A. and P. Boulenger. 2003. stabilization mechanism of acid dairy drinks (ADD) induced by pectin. Food Hydrocolloids, 17: 445-454.
- AOAC. 2000. In Horowitz, W. (Ed), official methods of analysis of AOAC international., 17th ed. Assoc. official Analytical chem. Inter. Gaithersburg, MD.
- Seabra, R. and L. Estevinho. 2007. Phenolic compounds, antimicrobial activity and antioxidant potential of different cultivars. Food Chem. Toxicol. 45. pp: 2287-2295
- De Krulif, c. G., R. Tuinier. 2001. Polysaccharide protein interaction. Food Hydrocolloids. 15. PP: 555-563
- Ashourian, J., L.J. Keerer and D. Smith. 2007. Inventors: Stabilized milk product containing fruit and fruit juices. US Patent. 7 : 247 - 333



یک اتفاق سفید

اولیه تولید کننده یخ بهداشتی
بسته بندی شده



مجموعه یخ بهداشتی دراک صوفی پارس اولین تولید کننده یخ های بسته بندی

جهت مصارف

- خانگی • بیمارستان • کافه • رستوران
- کارخانه های تولیدی، صنعت شیلات، ماهیگیری و ذبح دام و طیور

مزایا کارخانه یخ بهداشتی دراک صوفی پارس

■ بهره مندی از سیستم هوشمند تصفیه آب ■ فرآیند تولید و بسته بندی با نظارت مسوول فنی و علوم پزشکی ■ به علت انجماد سریع در دمای ۲°C- موجب تاخیر ذوب شدن یخ در دمای اتاق می باشد ■ تولید بالاترین کیفیت یخ در وزن های ۱ کیلوگرمی ۲ کیلوگرمی ۱۰ کیلوگرمی برای مصرف آسان مشتریان

درباره ما

■ کارخانه یخ بهداشتی دراک صوفی پارس از سال ۱۳۹۴ به عنوان اولین تولید کننده یخ بهداشتی بسته بندی فعالیت خود را آغاز کرده است. ما در این مجموعه با توجه به ضرورت بهداشتی یخ به علت مصرف مستقیم و بدون فرآوری روی آن با استفاده از فناوری پیشرفته تصفیه آب آشامیدنی و بسته بندی و کیفیت مطلوب برای شهروندان عزیز تولید کرده ایم.

mahyarmosaddad@yahoo.com

لذیذ و پرانرژی
هر محصولی از توژی



تولید کننده انواع:

- سوسیس • کالباس • همبرگر • کباب
- غذاهای آماده طبخ • بسته بندی گوشت و مرغ

مجتمع تولید و بسته بندی فرآورده های غذایی توژی
tooji product & packaging food ind

کد پستی: ۳۶۷۸۵-۷۱۹۳۷
تلفن: ۰۷۱-۳۶۲۷۹۹۵۱-۳۶۲۷۷۹۱۷
تلفکس: ۰۷۱-۳۶۲۸۹۲۵۱
سایت: www.tooji.ir

دفتر مرکزی: شیراز، خیابان قصردشت،
مقابل مخابرات استان فارس (ولیعصر)
ساختمان پلاتین، طبقه سوم، واحد ۱۲
کارخانه: کیلومتر ۲۵ جاده شیراز-سپیدان



مجتمع کشت و صنعت دشت ارام شیراز

قابلیت دریافت روزانه تا ۱۳۰۰ تن گوجه
فرنگی، مجهز به دستگاه بسته بندی رب
گوجه فرنگی به صورت استریلیزه
(اسپتیک) با تکنولوژی ۲۰۱۸، صادرات رب
گوجه فرنگی با کیفیت قابل رقابت با
برترین برندهای دنیا به کشورهای
کانادا، انگلستان، استرالیا، بلژیک، روسیه و...



واحد نمونه ملی سال ۱۳۹۷



۰۹۱۷ ۱۱۷ ۹۲ ۵۴

فارس . کیلومتر ۶۰ جاده قدیم شیراز - اصفهان



ترکت پارس پلاست

• تولید کننده قطعات صنعتی و بهداشتی •
 با مجوز سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس



تولید کننده

- ظروف بهداشتی و لبنیاتی
- سر اسپری رقیق پاش با قطر دهانه ۱۸ ، ۲۴ ، ۲۸



فارس . شیراز . شهرک صنعتی بزرگ
 میدان اول . بلوار کارگر جنوبی . کوچه ۳
 سمت چپ . قطعه ۱۹ . بلوک XB1
 ۰۹۱۷۷۰۴۰۹۹۳ / ۰۹۱۷۳۲۰۹۹۲۳
 ✉ parseplast@gmail.com

شرکت سردخانه مواد غذایی سپیدان سلامت پارس



محمد علی هخایه
مدیر عامل
و عضو هیات مدیره
(مدیر تجربه سیب)



علی هخایه
رییس
هیات مدیره

گروه صنعتی سپیدان سلامت

با داشتن سردخانه دومداره ۱۰۰۰۰ تنی، سالن رنگ آوری میوه با آخرین و کارآمدترین متد روز دارای ۱۵ اتاق ۵۰۰ تا ۱۷۰۰ تنی جهت نگهداری میوه جات و صیفی جات عمده فعالیت سردخانه جهت نگهداری سیب درجه یک ایرانی می باشد که صادرات آن به نقاط مختلف جهان انجام می شود.

بهره بردار نمونه استانی در سال ۱۳۹۸



مشاوره بازرگانه بین المللی کشت و بهره برداری محصولات کشاورزی در مزارع زیر مجموعه
نگهداری و سورتنینگ میوه و صیفی جات واردات و صادرات مواد غذایی تازه، نیمه تازه و منجمد

کارخانه

فارس، کیلومتر ۴۵ جاده شیراز - سپیدان
شهرک صنعتی شهید جاوید
☎ ۰۷۱ - ۳۶ ۷۴ ۸۱ ۴۴ 📍 ۰۹۱۷ ۳۲۸ ۴۰ ۱۳

دفتر مرکزی

فارس، شیراز، بلوار دکتر شریعتی (معالی آباد)، نبش
خیابان بهارن، ساختمان آرین، طبقه چهارم، واحد یک
☎ ۰۷۱ - ۳۶ ۳۸ ۳۹ ۸۱ 📍 ۰۹۱۷ ۳۱۰ ۹۵ ۱۵

رودکی

فروشگاه مواد غذایی

مجموعه رودکی با بیش از ۳۰ سال سابقه

نمایندگی انحصاری پنیر پیتزا نازوان، پنیرهای داگ شهامت
پنیر طعم دهنده هلندی سلماس و دیپ چدار نازوان

پخش محصولات مکزیلا جهت تهیه انواع خوراک های مکزیکی

- نان تاکو و کریسپی و نرم
- انواع نان بوریستو و رپ
- انواع نان ذرت و تردیلا بدون گلوتن



☎ ۰۷۱-۳۲۳۳۸۳۱۰ / ۰۷۱-۳۲۳۵۰۶۲۷
☎ بهشتی ۰۹۱۷۳۰۲۳۲۳۶

📍 فارس - شیراز - خیابان رودکی - کوچه ۶
@ beheshti_store



لیبل آرکا


کارخانه :
شیراز، شهرک صنعتی بزرگ، بلوار
نورآوران، بلوار شفا، نبش خیابان طرح
نفس :
۰۷۱-۳۷۷۳۴۰۸۸
۰۷۱-۳۷۷۳۲۰۹۱
هاتف :
۰۹۱۷۳۱۲۸۵۸۰
www.arkalabel.com

اولین تولید کننده
لیبل پشت چسبدار رول
در جنوب کشور
غذایه، بهداشتی، دارویی

 www.arkalabel.com

 info@arkalabel.com

 [arka_label](https://t.me/arka_label)

 [arka.label](https://www.instagram.com/arka.label)



شرکت بیمه گران شریف

نمایندگی ممتاز بیمه آسیا



مشاوره و صدور
تخصصی
انواع بیمه نامه



دپارتمان تخصصی
بیمه
عمر و پس انداز



نمایندگی برتر
فروش بیمه
آتش سوزی



نمایندگی برتر
فروش بیمه
مسئولیت

حفظ سرمایه های خود را به حرفه ای ها بسپارید

دفتر مرکزی

فارس . شیراز . خیابان قصر دشت

نبش خیابان شهید آوینی

۰۷۱ - ۳۶۲۷۲۲۰۰

کارشناس فروش بیمه شهرک های صنعتی:

۰۹۱۷۳۱۵۰۱۱۶

۰۹۱۷۱۱۰۱۰۰۴



پیش درآمد؛

مهمترین قوانین و مقررات حاکم بر محیط کسب و کار

در خصوص محیط کسب و کار، تعاریف مختلفی توسط صاحب نظران ارائه شده است که یکی از این تعاریف، محیط کسب و کار، مجموعه‌ای از شرایط حقوقی، سیاسی و معنایی می‌باشد که بر مجموعه فعالیت‌های کسب و کار حاکمیت دارند و در تعریف دیشر به عوامل موثر و غیر قابل تغییر توسط مدیران و یا مالکان پشته‌های اقتصادی، همچون کیفیت زیرساخت‌ها و پایداری قوانین اشاره شده است.

همواره در قوانین و مقررات در کنار دیگر موقفه‌ها، به عنوان یکی از عوامل مهم و تاثیرگذار بر توسعه بخش خصوصی یاد می‌شود. از این رو بدیهی است که در مسیر رشد و تعالی این گونه بنگاه‌ها بررسی و سنجش‌های عوامی مورد نیاز بر بهبود فضای کسب و کار از جمله قوانین و مقررات از اصول حتمی در یک مدیریت صحیح و علمی باقی می‌ماند. از شروع و راه‌اندازی کسب و کار، با مراعات توسعه و نهایتاً تحلیل این قوانین و مقررات گوناگونی دخالت در روند که هم‌زمان با ورود به اولین مرحله یعنی اخذ مجوزهای لازم از این حاکمیت آغاز و نهایت در ادامه مسیر با تعیین سازوکارهای محقق بر عملکرد مختلف بنگاه‌ها در حوزه‌های تجاری، فنی، مالیاتی، سرمایه‌گذاری و... حد اعلامی نظارت خود را ظاهر می‌کند.

اطلاع یا عدم اطلاع نسبت به این مقوله که اتفاقاً بر منافع و زیان‌های وارد بر هر مجموعه، تاثیر مستقیم دارند می‌تواند منجر به افزایش یا کاهش ریسک سرمایه‌گذاران گردیده و یک کسب و کار در مسیر توسعه نیانده و به آن را باور شکستگی مواجه کند.

چهار قانون مهم در حوزه کسب و کار که شاخصه‌های تعیین فوق‌الذکر را به همراه دارند عبارتند از:

۱. قوانین و مقررات کار: که حاکمیت خود را در خصوص تامین نیروی انسانی در بخش خصوصی اعمال کرده و در فصول مختلف به مفاد این همچون قرارداد کار، شرایط کار، حفاظت فنی و بهداشت کار، مناکرات و پیمان‌های دسته‌جمعی، سرجمع حق اختلاف و... پرداخته و کارفرمایان و مدیران مکلف به تبعیت از آن هستند.

۲. قوانین و مقررات تامین اجتماعی: که به لحاظ ایضا مستقیم با مسئولین قانون کار به بین و تشریح مسوولیت‌های کارفرمایان در قبال تعهداتی که نسبت به بیمه‌شدگان دارند می‌پردازد که از آن جمله می‌توان به مساحتی همچون حوادث ناشی از کار، مازاد احتساب حق بیمه، پزشکی و... اشاره کرد.

۳. قوانین و مقررات مالیاتی: که همانند قوانین قبلی با تعیین اشخاص مشمول مالیات مفصلاً به وظایف مویدین، جرایم مالیاتی، نحوه وصول مالیات، مراجع حل اختلاف مالیاتی و... پرداخته می‌شود که عدم اطلاع و آگاهی نسبت به هر یک از مساحت آن می‌تواند بعضاً تبعات سنگینی و حیران‌ناپذیر برای کارفرمایان و بنگاه‌های اقتصادی به همراه داشته باشد.

۴. قوانین و مقررات تجاری و فنی (در خصوص اشخاص حقوقی): به دلیل تعیین چهارچوب شرکت‌های تجاری در کلیه مراحل از بدو تا تسلیس تا حاکمیت فعالیت، شامل مواردی همچون: ثبت شرکت‌ها و شرکت‌نامه‌ها، تغییرات سرمایه اصلی، افزایش و کاهش، نحوه تشکیل مجامع عمومی، تبدیل به انواع شرکت‌های دیگر، تشخیص مطالبات، حدنصاب قلمرو جلسات، ثبت تغییرات، آگاهی‌های قانونی جهت اطلاع اشخاص ثالث، چگونگی سرانجام پذیرش نویسی شرکت‌های سهامی عام، تبدیل سهام، انتخاب مدیران، انحلال و تصفیه، ورشکستگی، اسناد تجاری (حکم، سفته، برات) و...

در هر یک از قوانین و مقررات فوق‌الذکر، توجه به موافقت و حدنصاب‌های قانونی بسیار تعیین‌کننده است. مواعیدی که در بر داشته می‌باشد، چون فریب تجدیدنظر خواهی نسبت به آراء صادره از عدالت‌های حل اختلاف، وقف رسیدگی به پرونده، اجرت احکام و... و حدنصاب‌هایی که ضمانت اجرای آن می‌تواند مواردی از قبیل رسعیت یا عدم رسمیت جلسات مجامع، تشکیل یا عدم تشکیل شرکت تجاری و... در بر گیرند.

بدیهی است در شرایطی که بنبود مستمر فضای کسب و کار در دستور کار دولت و دستگاه‌های اجرایی قرار گرفته و با وجود همه کاستی‌ها، قوانین و دستورالعمل‌هایی برای تحقق این موضوع تصویب و تنظیم شده است؛ آگاهی صاحبان کار و فعالان اقتصادی از قوانین و مقررات حاکم بر محیط کسب و کار، می‌تواند یکی از مهربان‌ترین مساحتی عنوان شود که با میزان موفقیت بنگاه و درگیر شدن فعالیت آن با بهره‌گیری حاکم بر فضای کسب و کار رسع مستقیم دارد. از این رو علاوه بر این دقت نظر در تکالیف قانونی کارفرمایان و متغیلاً سازوکارهای ذی‌ربط، اطلاع از آخرین قوانین و مقررات اصلاحی و بین‌دوره‌ای مراجع، یکی از ضروریات فعالیت‌های اقتصادی است. لذا نشریه صنعت غذایی سبز به عنوان چهارشنبه رسمی و تخصصی در حوزه صنایع غذایی در استان فارس، در نظر دارد در راستای ارتقای سطح آگاهی مدیران و کارشناسان فعال در این حوزه در خصوص قوانین کسب و کار، از شماره بعد، به صورت سریالی به بررسی کامل این قوانین بپردازد.

مسطفی خلیلی - کارشناس و مشاور حقوق کسب و کار



بازاریابی و تبلیغات مواد غذایی؛ بایدها و نبایدها



■ نقش تبلیغات در صنعت مواد غذایی

محصولات غذایی جزو گروه کالاهای پرمصرف بوده و به همین دلیل تبلیغات به عنوان یکی از ابزارهای ارتباطی برنده نقش پررنگی در معرفی محصولات و ابلاغ پیام به بازار هدف و مسترینان دارند بنابراین گستره وسیعی از تبلیغات BTL و ATL توسط مدیران برندهای مواد غذایی در برنامه های بازاریابی گنجانده می شود.

تکنه بسیار مهمی که باید در حوزه تبلیغات مواد غذایی مدنظر باشد، اطمینان بخشی در زمینه کالاهای تبلیغ شده است. زیرا محصولات مواد غذایی در کنار محصولات آرایشی، بهداشتی و دارویی جزو دسته کالاهایی هستند که از نقاط ننگانگی با سلامتی افراد داشته و این اطمینان بخشی باید در کلیه نقاط تماس های از سطحی برند مدنظر قرار گرفته شود.

در زمینه نقش تبلیغات در صنایع غذایی، علاوه بر ایجاد سازی از محصولات، اطلاع رسانی کالاهای جدید و نظایر آن، تبلیغات محصولات غذایی باید "مسئولیت اجتماعی" برندهای مواد غذایی را در زمینه صحت و سلامتی تولیدات کمپانی های مختلف انعکاس دهند. البته نه بیان افراقی آمیز و یا حتی واژگونه واقعیت ها، بلکه از ابه مطالب درست و واقعیت های موجود و انتشار موثر تربیت های رقابتی محصولات مواد غذایی است.

■ ویژگی های منحصر به فرد تبلیغات و

برندینگ در صنعت مواد غذایی

برند شدن، داشتن نام نیک به معنای عام یا مطرح شدن به عنوان برند از دیدگاه علمی و دانش مدیریتی؟ مناسبانه بحث برندسازی غذایی با هر موبی و تسلط رسانه ها انسان می شود و در برخی مواقع صنعت تبلیغات همه به این مساله دامن می رند.

مدیران بازاریابی و تبلیغات در کت های مواد غذایی یا مدیران بخش های مربوطه باید صنعت مواد غذایی را بشناسند و سپس به سوی برندینگ گام بردارند. برندسازی یعنی فرای در ختمار گرفتن وسیع رسانه های جمعی گوناگون

اما به طور کلی هموز هم با وجود رقبای جدی، تلویزیون رسانه‌ی تیر گذر است به سرتی که برنامه ریزی برای این رسانه با چندین و دقت فراوان صورت گیرد.

رابطه تبلیغات و چرخه‌ی عمر محصول

نه تنها رابطه‌ی مفهومی بین تبلیغات و چرخه‌ی عمر محصول وجود دارد و این رابطه باید توسط متخصص تبلیغات و بازاریابی در برنامه‌ریزی تبلیغات لحاظ شود، بلکه باید چرخه‌ی عمر کمپانی را نیز مد نظر قرار دهد.

برای درک این اطلاعات می‌توان میزان بودجه‌بندی تبلیغات را به سمت و سوی صحت و دقت پستی برد.

هر محصول در هر مرحله از عمرش نیازمند بودجه‌بندی متفاوت است. بی‌شک هر حل معرفی، رشد، بلوغ و مرگ یک محصول نیازمند بودجه‌بندی متفاوت و پرداختی متفاوت از لحاظ محتوایی هستند.

همچنین چرخه‌ی عمر کمپانی نیز به سه برنامه ریز کمک می‌کند با بودجه‌بندی‌هایی که مخاطبان از کمپانی دارند، برنامه تبلیغات را بدین سبب طراحی کنند.

یک تبلیغ خوب، یک محصول غذایی دارای چه ویژگی‌هایی است؟

تبلیغ خوب یک محصول غذایی باید هدفی را که برای آن تبلیغ شده است برآورده سازد.

در تفسیر اهداف تبلیغات شاید بیش از ۵۰ هدف مشخص شده باشد. سازندگان تبلیغ باید به درک اهداف مربوط به ساخت تبلیغ خاص یا یک کمپین تبلیغاتی، بودجه‌بندی، انتخاب رسانه و ساخت محتوا را به درستی به انجام برسانند تا تبلیغ موثر باشد و اصطلاحاً کار کند. همچنین یک تبلیغ خوب باید خلاقیت را به همراه داشته باشد.

رابطه بودجه‌ی تبلیغاتی شرکت‌های صنایع غذایی و تقاضا برای محصول
آیا بودجه‌بندی تبلیغاتی شرکت‌های صنایع غذایی با توجه به شرایط اقتصادی و با توجه به تعیین شده است یا خیر؟ متخصصین تبلیغات برای تعیین بودجه، شیوه‌های کوانتاتی دارند، اما معمولاً قرآن مانع در عرصه تبلیغات بودجه کم‌بند و بیشینه را به ویژه در برنامه‌های استراتژیک تبلیغاتی در نظر می‌گیرند. زیرا شرکت‌ها در محیط پویا فعالیت می‌کنند و بر اثر محرک‌های محیطی، محصول آن‌ها در رنج بودجه تعیین شده اقدام به فعالیت‌های تبلیغاتی نمایند.

در این حالت، رابطه مثبت است. یعنی در بازارهای علمی که یک متخصص تبلیغات برای بودجه تعیین می‌کند، افزایش هزینه تبلیغات باعث می‌شود به اهداف نزدیکتر شوند. اما در حالتی که بودجه تبلیغات با محدودیت و گمان‌ناشای دستورالعمل‌های بخش‌های مالی شرکت‌ها و به صورت بخش نام‌ی تعیین شود، افزایش هزینه تبلیغات تأثیری بر تقاضا برای محصول نخواهد داشت. تعیین بودجه تبلیغات باید با دقت نظر صورت گیرد و افراد متخصص در این حوزه نظر نهایی را به مدیران تصمیم‌گیر اعلام نمایند.

تلویزیون بهترین رسانه برای تبلیغات صنایع غذایی؟

بر اساس نظر اندیشمندان این رشته، عادات رسانه‌ای خریدار و مصرف کننده در انتخاب رسانه تبلیغاتی بسیار با اهمیت است. درست است که تلویزیون رسانه‌ای پویا است اما گاهی مصرف‌کنندگان محصولات غذایی خاص، ممکن است به آن قبال کمتری داشته باشند و یا شدیداً بر اساس ویژگی‌های بهداشتی حاکم بر برخی محصولات غذایی امکان تبلیغ در تلویزیون را نداشته باشند و مجبور باشند از رسانه‌های جایگزین استفاده کنند.

معنای اثر بخشی تبلیغات بر اساس اهداف از پیش تعیین شده، نحوه میزان بوده است. این دو مصاد نه نوعی مکمل یکدیگرند اما تفاوت‌هایی از منظر تصمیم‌گیری دارند. در مورد اول شرکت‌های تبلیغاتی و کمپانی‌های مواد غذایی به عنوان دو بازیگر اصلی این عرصه تمام تلاش خود را بکار بسته‌اند و تصافاً با وجود محدودیت‌های عمده، به ویژه در رسانه‌های موجود در بازار تبلیغات ایران، کارهای تبلیغاتی قابل قبولی ارائه داده‌اند.

اما هم‌منظور گسترگان رشته تبلیغات همواره بر آن تأکید دارند، باید پرسید آیا تبلیغات دیده شده است؟ آیا دیده شده و به آن توجه شده است؟ یا دیده شده، به آن توجه شده و باعث اقدامی از سوی مخاطب شده است؟ اساساً برخی مواقع تبلیغات جوانگوی بیازاری بازار ملی شرکت‌ها نیست یا تبلیغات بر اساس حوزه‌ها و نتایج تدبیر شده از چهارچوب بازاریابی نیست. از این دیدگاه موفقیت تبلیغات در صنعت مواد غذایی صورت تردید است.

زیرا شاید اکثر شرکت‌های این صنعت، تعادل زیادی به انجام تحقیقات تبلیغاتی ندارند. حال آنکه تحقیقات تبلیغاتی گاهی حلقه مفقوده تبلیغات کارا و اثر بخشی است.

کمپودها و نارسایی‌ها

در سال‌های اخیر با ورود نیروهای جوان، متخصص و کاربلد در این حوزه، تبلیغات صنایع غذایی به سوی تریبخشی بیشتر و علمی‌تر شدن گام برداشته است. اما عدم اشراف ازاسی که عهده‌دار تبلیغات شرکت است به برنامه‌های بازاریابی شرکت، چنانچه پیش‌نیافت به خوبی از راه‌های دیگر ترویج کالا و عدم سنجش بی‌خوردگی تبلیغات از کمپودهایی است که در بین عرصه می‌بماند از آن‌ها نام برد.

و اجرای تبلیغات بر هزینه است. در حوزه برندسازی که مقوله‌ای بسیار پرخرج است، کارآفرینان صنایع غذایی همواره باید بجایز دانسته باشند که این صنعت شیوه‌های برندسازی مخصوص به خود را دارد. جنس برنامه‌های برندینگ، جنس تصمیمات استراتژیک است و سازمان‌ها باید آماده پذیرش آن باشند. از نقطه نظر دیگر سازمان باید توان اجرای آن را داشته باشد. معاصرانی برید با تکیه بر اطلاعات کانه‌های بازار را می‌ساخته می‌شود. بنابراین تا این‌کمال‌ها در شرکت‌های مواد غذایی شکل‌گیری برنامه‌های استراتژیک برند مطلقاً بی‌فایده است و می‌تواند هزینه‌های زیادی را به سازمان تحمیل کند. بدون اینکه نفع قابل توجهی به آن سازمان برساند.

تبلیغات، بر هزینه تریبون عصر برنامه‌های بازاریابی است. باور این در این حوزه باید با دقت و وسواس هزینه شود. بنابراین آنچه به عنوان توری کارساز و اثر بخشی در بنیادی فعالیت برند‌های مواد غذایی باید مورد استفاده قرار گیرد، استفاده از یک بر بازارهای بازاریابی مانند ماندن در زنجیره لجستیک و تأمین اجرای سیاست‌های صحیح قیمت‌گذاری، شناسایی و ارتباط سازنده با عمده‌فروشن و مستریان کلیدی و همچنان استفاده از قدرت روابط عمومی است. روابط عمومی مقوله‌ای است به نسبت که هزینه و با قدرت تأثیرگذاری فراوان، به ویژه با ظهور ابزارهای اطلاع‌رسانی دیجیتال این شیوه سهیل بر و تأثیرگذارتر شده است.

میزان موفقیت شرکت‌های مواد غذایی در عرصه تبلیغات

موفقیت شرکت‌های مواد غذایی در عرصه تبلیغات دو جنبه دارد. یکی اینکه آیا میزان تبلیغات انجام شده به لحاظ شکلی یا کیفیت بوده و با حجم در نشان صنعت صورت پذیرفته و دوم اینکه موفقیت به

چگونه صنایع غذایی با کمک بازاریابی محتوا مشتری جذب می‌کند؟ (بخش اول)



عنوان مثال از یک مطلب خوب می‌توان به عنوان مبنایی برای تولید یک کلیپ کوتاه استفاده کرد.

■ به اشتراک گذاشتن محتوا در شبکه‌های مجازی که مصرف‌کنندگان شما برای کار و سرگرمی از آن‌ها استفاده می‌کنند

مصرف‌کنندگان به طور فزاینده‌ای در حال استفاده از محتوایی موجود در شبکه‌های اجتماعی هستند. محتوای خوب را به روشی مستقیم و به راحتی به اشتراک بگذارید تا مصرف‌کنندگان برای مشاهده یا خواندن مطالب شما مجبور نباشند اسکریپت مورد استفاده خود را ترک کنند.

تلاش برای انجام دادن یک یا چند نکته فوق‌الذکر، باعث برقراری رابطه بین یک شرکت تولیدکننده مواد غذایی و مشتریان آن و ایجاد وفاداری در مشتریان می‌شود. مدیریت بر انتشار و اشتراک گذاری محتوا در طول زمان، می‌تواند حسن خوئی در مشتریان نسبت به برندتان ایجاد کنید.

این کد بهمین بگرد ما شما همکاری کنند، خوبی از برند شما در جامعه وجود داشته باشد.

■ خلاق باشید و محتوای متنوعی را به اشتراک بگذارید

عرضه محتوا برای هر اندامی به نحوی جذاب است و آن‌ها را آنگرد هم می‌آورد. از این موضوع استفاده کنید و کلیپ‌ها و تصاویری منتشر کنید که فرایند تولید یا آماده‌سازی محصولات را با عرف شما در نمایشگاه‌های تجاری با نشان می‌دهد. باز خورد مثبت مصرف‌کنندگان را در برابر این تصاویر به عنوان استزاری برای جذب مصرف‌کننده‌گان مجدد به تصویر بکشید.

■ استفاده مجدد از محتوای موجود در قالب‌های مختلف

استفاده مجدد از محتوا باعث می‌شود در زمان مورد نیاز برای تولید محتوا صرفه‌جویی شود و همچنین به مصرف‌کنندگان کمک می‌کند تا به روش‌های مختلف با شما ارتباط برقرار کنند. به

یک استراتژی متناسب بازاریابی محتوا به شرکت‌ها کمک می‌کند تا اطلاعات خود را با مصرف‌کنندگان به اشتراک بگذارند این فعالیت برای کسب و کارهای جدید یا کوچک با بودجه بازاریابی محدود، بسیار تاثیرگذار است. بازاریابی محتوا به زمان و تلاش نیاز دارد، بنابراین یک شرکت تولیدکننده مواد غذایی در هنگام تدوین استراتژی محتوا باید اهداف مشخصی در این زمینه داشته باشد. این اهداف می‌توانند شامل: افزایش آگاهی مشتریان از برند، اطلاع رسانی در مورد یک محصول جدید و افزایش فروش باشد. در ادامه چهار نکته اساسی برای موفقیت در بازاریابی محتوا در صنایع غذایی ارائه شده است.

■ داستان خاص برند خود را تعریف کنید

داستان خوبی مسر که به یاد بماند، اهمیت بخش و آموزشی باشد، به منظور نشان دادن تم تجاری هم برای مشتریان و هم برای شرکای باقیه ضروری است. اینفلوئنسرها دوست دارند قی از



روش های بازاریابی در صنایع غذایی

دیپتی تم شود.

■ سفیدپخت محصولات را انجام دهید

گرچه محصول شما نمی تواند از طرف شما صحبت کند، اما طعم آن حرف های زیادی برای شما خواهد زد. با این حال ارائه نمونه محتای از محصولات به مردم می تواند روشی بدون ریسک برای ارزیابی میزان استقبال مشتریان از آن باشد.

■ محصول قابل تشخیص باشد

تشخیص برند مهم است و صرفاً از طریق تدوین و اجرای یک برنامه مناسب برندسازی صورت می گیرد. به برخی از برندهای مطرح صنایع غذایی توجه کنید.

چه عواملی موجب گردیده که این برندها در ذهن شما ماندگار شوند و شما تمایل به مصرف آن ها داشته باشید؟ این را می دانید؟ است که شما تمایل دارید محصولات توسط مشتری تشخیص داده شده و به یاد سپرده شود.

■ یک شبکه گسترده را پی ریزی کنید

موفقیت محصولات غذایی شما ناشی به این دارد که چگونه می توان آن ها را در فروشگاه شناسایی کرد. برای مثال: در یک فروشگاه مواد غذایی، محصول شما برای تصاحب سهمی از مساحت قفسه ۱۰۰۰۰۰ محصول دیگر رقابت می کند. اگر از گزینش های بازار باسی چند گانه برای ترویج محصولات خود استفاده کنید، سطح بالایی از شناخت برند را ایجاد خواهید کرد که باعث می شود افراد بیشتری در جستجوی محصولات شما در قفسه فروشگاه ها باشند.

■ چه چیزی شما را متمایز می سازد؟

قطعاً چیزی در مورد محصول غذایی شما وجود دارد که شما را متفاوت از سایر محصولات غذایی می کند. نقاط قوتش بخش گسترده ای از کمپین تبلیغاتی شما را تشکیل خواهند داد. همچنین مشتریان مختلف ممکن است نقاط قوت متفاوتی از شما ببینند.

به عنوان مثال تولید مواد غذایی بدون گلوتن اما حاوی شکر می تواند باعث از دست رفتن مشتری

یکی از صنایع به جز رقابتی در دنیا. صنعت غذا می باشد تولید محصولات غذایی برای بسیاری از کسب و کارها بسیار دشوار است، زیرا حاشیه سود پایینی دارد و همواره شرکت های تازه ناسیسی وارد بازار می شوند که می خواهند از طریق جذب مشتریان و تفسیر ذائقه آن ها، سود شما را کاهش دهند. برای این که همواره محصولات خود را در کلون توجه مصرف کنندگان قرار دهید، باید آن را فوق العاده خوشمزه تولید کنید.

خوشمزه بودن را باید از طریق تمام حواس بدنتان حس کنید. در ادامه روش های موثری که می توانید در بازاریابی محصولات غذایی به تولید کنندگان آن کمک کند، ذکر می گردند:

■ محصولتان را با آگاهی قیمت گذاری کنید

کاری ساده است که بدون توجه به نرخ بازار برای محصولتان قیمت گذاری کنید. در برخی موارد ۱ درصد تخفیف در قیمت کیفیت تا مشتریان جذب محصولات رقیب شود. در قیمت گذاری تمام عوامل از قبیل هزینه توزیع، ادر نظر بگیرید تا به حاشیه سود مناسب برای هر محصول برسند.

مغز چگونه به تبلیغات مواد غذایی پاسخ می‌دهد؟



سال‌هاست کارگران تبلیغاتی برای طراحی، تولید و ساخت آگهی‌های تبلیغاتی مواد غذایی از روش‌های گوناگونی بهره می‌گیرند، نظیر: پرسشنامه‌ها، نظرسنجی، گروه کانونی و سایر تحقیقات کمی و کیفی دیگر مثل مصاحبه‌ها.

بهبود جذابیت برین عکس‌ها از مواد غذایی، بیشترین پاسخ در مراکز تگبزه و پستان مغز ایجاد می‌کند.

گرچه مطالعات فوق‌ریسه معناداری میان سطح فعال شدن مغز و مصرف واقعی نتایج نداشته‌اند، اما به نظر می‌رسد افرادی که مرکز پستان آنها تحریک پذیر و فعال‌تر است، بیشتر از سایر افراد برای خرید و مصرف مواد غذایی اقدام می‌کنند.

از منظر نورومارکتینگ، جذابیت بیشتر این یافته‌ها در این است که برخی از افراد تحت تاثیر تصاویر جذاب غذاهای خوشمزه قرار نمی‌گیرند. برای جذب این قشر افراد، شرکت‌ها باید عناصر دیگری همچون مزایای آن را از لحاظ تغذیه و عکس‌های غیرمرتبط با غذا مانند تصویر یک خانواده خوشحال در کمپین‌های بازاریابی خود بگنجانند.

از لحاظ نورو و اقتصاد نیز به‌دیده این نکته

نمی‌توانستند در مقابل غذا مقاومت کنند. بررسی اسکن مغزی این افراد نشان داده است که مرکز پستان در مغز این افراد حساسیت خاصی به تبلیغات و بسته‌بندی خوراکی‌ها دارند. افرادی که حساسیت پستان یک سری دارند، در پنج ناحیه از مغز آنها که با تگبزه و پستان ارتباط دارند، فعالیت بیشتری مشاهده می‌شود.

زمانی که این افراد به تصویر غذاهای خوشمزه نگاه می‌کنند، فعالیت این نواحی بیشتر می‌شود. در این زمینه‌ها از فناوری FMRI استفاده شده است. اهمیت سامانه‌های پستان مغز در این است که مغز از این طریق ارزش گزیننده‌های مختلف را می‌سنجد و در مورد آنها تصمیم‌گیری می‌کند.

دست‌نم‌کاران تبلیغات مواد غذایی، این‌ها را مدنظر خود را در اختیار عکاس حرفه‌ای (که در گرفتن عکس از مواد غذایی تخصص دارند) می‌گذارند. تصویر عموم برین است که هر قدر یک عکس، تصویر اشتهاآورتری از یک خوراک باشد، فروش آن بیشتر خواهد شد. این در حالی است که تحقیقات مذکور، مکتب‌هایی را نشان می‌دهد که به کمک آنها می‌توان میزان فروش مواد غذایی را ارتقا داد.

"نورومارکتینگ" به عنوان یک «روش» و «رویکرد» دستاوردهای درخشانی در حوزه تبلیغات داشته تا بدانجا که تولیدکنندگان پیشرو برای فعالیت‌های خود از این «روش» یا «رویکرد» یعنی نورومارکتینگ استفاده می‌کنند.

فناوری FMRI فراتر از اطلاعات و داده‌های مجهول مغز، داده‌ها و اطلاعات بنیادی تری در اختیار متخصصان قرار می‌دهد که در برتری آن می‌توانند آمیجی‌های خلاقانه‌تری داشته باشند. با جایی که افراد را مجذوب خود سازد. همچنین وکنش آنها را برانگیزد تا وارد دستورات شوند و غذای مورد نظر را سفارش دهند و در کمال آرامش، پول خود را تقدیم کنند.

نورومارکتینگ به ویژه با فناوری FMRI در حوزه مواد غذایی، قرار است حضراتی بکشد بر آن دسته از تبلیغاتی که بر پایه جنس و گمان، نم و اسباب‌ها و شخصی و گروهی که تاکنون به صورت متداول، تولید و اجرا شده است، در حالی که از اساس ضد تبلیغ بوده است.

مطالعات نشان داده است که مغز در مختلف به شیوه‌های متفاوتی به تصاویر غذا پاسخ می‌دهد. دانشمندان متوجه شدند که چهره برخی از مردم

می‌خورند با عناوینی نظیر «کوچک» یا «معمولی» توصیف شده، آنها بیشتر می‌خورند. تعریف و اندازه مشخصی برای اندازه و حجم خوراک‌ها وجود ندارد. اگر یک رستوران همان اندازه از یک غذا را «سبب» و «بزرگ» یا «صغیر» نامد، مردم مطابقت کمتری از آن می‌خورند تا اینکه اصلاً آن را انتخاب نمی‌کنند. رستوران‌ها، به خصوص فست‌فودها، تلاش می‌کنند از همین استراتژی به منظور به حداکثر رساندن فروش خود استفاده کنند. از این طریق آنها می‌توانند مشتریان را تشویق کنند تا غذاها و نوشیدنی‌های بیشتری سفارش دهند. برای این کار آنها باید کاری کنند که غذاهای بزرگ تر عادی و معمولی به نظر بیایند.

از همین رو افرادی که به میزان مصرف کالری خود حساس هستند، نباید به نحوه نام گذاری غذاها توجه کنند و به جای آن مشخص‌های عینی مانند وزن غذاها را مدنظر قرار دهند. گستر بازار پایان در صدد استفاده از اثر نامگذاری هستند باید توجه داشته باشند که این نام‌ها معطوف و بهره‌پذیر باشند. در نتیجه، باز به همان دراره محصول نام گذاری شده باید تا حدی به سمت آنچه دعا کرده‌اند پیش بروند.

■ تاثیر بسته‌بندی بر ذهن

یک شرکت راکت تهیه غذای آماده در بریتانیا تلاش کرده است که عنصر بسته‌بندی بر این تحت تاثیر قرار دادن ذهن مشتریان استفاده کند. مشاوران و بازارپایان این شرکت به این نتیجه رسیده‌اند که استفاده از برخی از عناصر گرافیکی، پاسخ‌های غریزی مصرف‌کنندگان را به همراه دارد. به عنوان مثال، اشکال منحنی، راحتی و نرمی را پیشنهاد دارد.

این رویکرد، جدیدترین تلاش نورو مارکتینگ به منظور تحت تاثیر قرار دادن خمیر ساختن آگاه مشتریان است.

این شرکت نه تنها بسته‌بندی، بلکه برند و لوگوی خود را به شکل منحنی قرار داد.

این اقدام به تنهایی و بدون هیچ فعالیت بازاریابی دیگری باعث شد که میزان فروش این شرکت ۴۷ درصد افزایش یابد. به عبارت ساده‌تر، این شرکت رویکرد کرد کردی به معنای بسته‌بندی داشته است و از این طریق توانسته احساسات دلخواه خود را در مصرف‌کنندگان تحریک کند.

تاکنیک‌های نورو مارکتینگ می‌تواند اثر بخشی بالایی در صنعت خرده‌فروشی داشته باشد. در این حوزه، بسته‌بندی معمولاً تنها شناسنامه برندها برای مصرف‌کنندگان است و هر برند ۲ تا ۴ ثانیه فرصت دارد تا با استفاده از ۲ یا ۴ عنصر دیداری به مصرف‌کننده ارتباط برقرار کند.



اساره کرد که مدار ارزیابی این افراد به محرک‌های دیگری نیاز دارد تا رفتار خرید در آنها فعال شود. به وجود این می‌توان انتظار داشت که عموم و اکثریت مصرف‌کنندگان تحت تاثیر مواد غذایی قرار بگیرند.

■ تاثیر نام غذاها

نتایج تحقیقات اخیر نشان داده است اگر یک تکه اسپاگتی را سبب بزرگ بنامیم، مردم نسبت به حالتی که همان تکه را سبب کوچک بنامیم، کمتر از آن می‌خورند. می‌دانیم که نظرات ما، تجربیاتمان از کالاها و همچنین رفتارمان به نظر می‌رسد. در واقع نحوه توصیف غذاها بر میزان استفاده از آنها و میزان لذتی که مردم از آنها می‌برند، تاثیرگذار است. بازارپایان محصولات مختلف باید به این نکته توجه داشته باشند که نامگذاری محصولات و نیز تعیین گزینه‌های مختلف، تاثیر بسزایی بر میزان فروش آنها دارد. ناخودآگاه افراد تحت تاثیر نحوه نامگذاری محصولات هستند.

این یافته‌ها برای افرادی که رژیم غذایی می‌گیرند نیز دارای اهمیت است. اگر غذایی که افراد

رنگ و طرح در بسته بندی مواد غذایی



■ طرح بسته بندی باید به گونه ای باشد که

- بیانگر خواص و مزایای محصولی خود باشد؛ بطور مثال استفاده از زمینه های سفید و آبی در طرح بسته بندی فرآورده های لبنی، بهداشتی بودن محصول را نشان می نماید.
- در کنار بقیه بسته ها در قفسه عرضه چشم نوازی را به وجود آورد. زیبایی آن، نگاه را به سوی خود جلب و سبزه در میان سایر محصولات شاخص نماید.
- به گونه ای رنگ آمیزی شود که بین رنگ های مورد استفاده در طرح، تضاد کافی وجود داشته باشد و از یکنواختی رنگ هایی که طول موج نزدیک دارند و موجب ایجاد پدیده خفگی صرح، می شوند اجتناب شود.
- در حد امکان ساده باشد و از شلوغی طرح اجتناب شود.

■ رنگ در بسته بندی مواد غذایی

برای ایجاد یک طرح خوب باید استفاده مناسبی از رنگ ها داشته باشیم تا جلوه بصری طرح زیاد نشده و تعادل مصرف کننده برایی خرید محصول افزایش یابد. قدرت کشش و جذب نگاه افراد در مورد رنگ های مختلف متفاوت است و این کشش از شدید به ضعیف برای رنگ های مختلف عبارتست از: نارنجی، قرمز مایل به نارنجی، زرد مایل به نارنجی، قرمز، آبی، سبز، زرد، بنفش و خاکستری.

■ رنگ های مختلف از نظر نوع تاثیر بر بیننده به سه دسته تقسیم می شوند.

■ **رنگ های سرد**، به رنگ هایی گفته می شود که تداعی سرما می کنند مانند: رنگ های آبی، سبز، رنگ های بین آبی و سبز، استفاده از آن ها در طرح بسته بندی محصولاتی که جنبه رفع عطش و تشنگی دارند مانند نوشابه ها و بستنی توصیه می شود.

■ **رنگ های گرم**، به رنگ هایی گفته می شود که تداعی گرما می کنند مانند: رنگ های زرد، نارنجی، قرمز، صورتی، زردی و استفاده از این رنگ ها در طرح بسته بندی مواد غذایی گرمی را مانند انواع شکلات و مواد غذایی ویژه کودکان

نوعه می شود.

■ **رنگ های خنثی**، مانند رنگ بنفش که حاصل ترکیب دو رنگ گرم و سرد قرمز و آبی است. به طور کلی زغالر و آشناسی، کودکان رنگ های زنده و شاد را دوست دارند اما بزرگسالان رنگ های سردتر را ترجیح می دهند. استفاده از رنگ ها در طراحی پوشش بسته بندی، ویژگی هایی خاصی به آن می دهد مثلا استفاده از رنگ های روشن، بسته بندی را بزرگتر و استفاده از رنگ های تیره، آن را کوچکتر نشان می دهد. اکثر رنگ های مورد استفاده در طرح به صورت یوارهای قفی باشند، بسته گونه تر و پهن تر و اثر به صورت یوارهای عمیقتر باشند، بند تر و باز یک تر جلوه می کنند.

■ رنگ طعم و بو

همچنین با استفاده مناسب از رنگ ها در طرح می توان مواردی مانند طعم و بوی خاصی را تداعی کرد. تولید کنندگان مواد غذایی بسته بندی شده باید دقت داشته باشند که هر رنگ یک نوع طعم را القا می کند و باعث تحریک بخشی از دایره می شود. برای مثال رنگ زرد، ترش، مریه، نارنجی، ترش و شیرین و رنگ قرمز، تند مزه است. رنگ آبی، طعم شیرین دارد، سبز، گس و بنفش، کمی تلخ مزه است. به طور کلی:

- طعم برشی با استفاده از رنگ های سبز کاهویی، سبز (معمولی) و زرد مایل به سبز
 - طعم شیرین با استفاده از رنگ های قرمز مالوئی، صورتی، نارنجی
 - طعم تلخ با استفاده از رنگ های قهوه ای، سبز زمینی و آبی تیره
 - طعم شور با استفاده از رنگ های خاکستری، آبی آسمانی
- القا می شود.
در دنیای محصولات غذایی استفاده از رنگ مناسب در بسته بندی،

و مورد توجه مسئولان است. البته کودکان نیز به این رنگ علاقه نشان می دهند.

● نارنجی

از ترکیب رنگ های زرد و قرمز بوجود می آید. خود را به چشم تحمل می کند و رنگی گرم و پرتحرک است. از ویژگی های رنگ نارنجی، ایجاد نوعی اشتیاق کاذب می باشد و در بسته بندی مواد غذایی مخصوص کودکان کاربرد گسترده ای دارد.

● سبز

این رنگ احساس باکی، سرزندگی را تداعی می کند و کاربرد گسترده ای در طراحی بسته بندی محصولات لبنی دارد.

● سیاه

رنگ سیاه نشانه متانت، گوشه گیری و غم است. اثر به عنوان رنگ زمینه استفاده شود، درخشندگی رنگ های دیگر را بیشتر می کند. به ویژه رنگ سرد در زمینه سیاه بیشتر درخشندگی را دارد. از رنگ سیاه برای درج عنوان کالانیز استفاده می شود.

● خاکستری

از ترکیب رنگ های سفید و سیاه بدست می آید. افزودن مقداری از رنگ های دیگر مانند نارنجی و زرد به آن خاکستری الوان بدست می آید. خاکستری رنگی خنثی و بی تفاوت بوده و به عنوان رنگ زمینه کاربرد زیادی در طراحی بسته بندی مواد غذایی دارد.

به طور کلی علاوه بر تجربه طراح و قدرت ابتکار و خلاقیت او، عواملی مانند: استفاده مناسب از رنگ ها، ترکیب و نحوه قرار گرفتن رنگ ها کنار یکدیگر و نوعی طراحی خطوط و مقدار هر رنگ از عوامل اصلی هستند که در موفقیت طرح یک بسته بندی، نقش بسزایی دارند. کافی است که یک بار امتحان کنید و به معجزه این دانش در زندگی روزمره خود آنگاه ایمان بیابید.

دکتر فاطمه جواد زاده

متناسب با تصویر کالا در افزایش فروش آن کالا بسیار موثر است و برای مثال اگر برای بستنی محصول شکر، به جای این از رنگ سبز استفاده شود، فروش محصول بسیار کاهش خواهد یافت.

■ رنگ اشها

برخی از رنگ ها شتهاور هستند و به شدت باعث تحریک عدد براقی می شوند. این رنگ ها شامل طیف ها و هم خانواده های رنگ زرد، نارنجی و قرمز می باشند. البته انتخاب رنگ در دکور سیون محلی که غذا در آن صرف می شود، مانند: آشپزخانه یا رستوران باید جالب احتیاط را رعایت کرد. این درست است رنگ هایی که طول موج بلند دارند، شتها را تحریک می کند اما باید دقت کرد که این رنگ ها به دلیل طول موج بلند، بسیار به تحرک و با انرژی هستند و استفاده از آن ها در سطوح وسیع ماحمودی، باعث آزار و آذیت چشم می شود. بدین بین باید در سطوح کوچکتری از این رنگ ها استفاده کرد و برای خنثی کردن اثر چنین رنگ های محرکی از رنگ های نسبتاً سردتر با طول موج پایین تر باید استفاده کرد، رنگ هایی از قبیل آبی، سبز و ...

ویژگی های رنگ های مختلف در بسته بندی مواد غذایی از رنگ ها با توجه به خواص آن ها استفاده می گردد.

■ موثرترین ویژگی رنگ ها عبارت است از:

● آبی

این رنگ حالت باکی و خلوص و نوعی آرامش را تداعی کرده و در کنار رنگ سفید لفا کشنده پاک بودن و بی دغدگی را می نماید. به همین دلیل در مواد غذایی که جنبه بهداشت آن ها اهمیت دارد مانند شیر، فرآورده های لبنی، بستنی و مواد غذایی منجمد کاربرد گسترده ای دارد.

● قرمز

رنگ قرمزی از رنگ های شاد و گرم است که به کر، گوشت و هیجان را القا می کند. طول موج این رنگ سریع به چشم می خورد. بنابراین کاربرد آن در عناوین کالاها، توصیه می گردد و به شدت گرم و شاد بودن رنگ در مواد غذایی مخصوص کودکان به ویژه بسته بندی انواع شکلات کاربرد زیادی دارد.

● زرد

این رنگ به ویژه رنگ زرد نمایان به نارنجی نگاه را خیلی سریع به سوی خود می کشاند. از رنگ های گرم و شاد می باشد و در محصولات غذایی مخصوص کودکان به ویژه انواع شکلات و بستنی کاربرد زیادی دارد. رنگ زرد ملایمی جنبه فانتزی بودن و توجه به محصول را افزایش می دهد، به همین دلیل در بسته بندی بسیاری از شکلات های گران قیمت از این رنگ استفاده می گردد.

● سبز

رنگ سبز ترکیب رنگ زرد و آبی، نشانه امید، زندگی و در بسته بندی های مختلف از این رنگ استفاده می شود.

● بنفش

از ترکیب قرمز و آبی بدست می آید و حالت جادویی و سحر آمیز داشته



بررسی کشور قطر



نگاهی به اقتصاد کشور قطر

مالایی می باشد و جمعیت برومترین دارد قطر در حال ساخت اسنادیومهد و هنس های مدرنی می باشد که این روز هایه سنت نیازمند تامین مواد اولیه بری آن خالاست.

با توجه بد اینکه در سال ۲۰۲۲ قطر میریزان حزام جهانی فوتبال شده باخبان کالامحدومصاممالج ساخسانی و خدمت می توانند بر ای معرفی خود با صادرات به قطر از این فرصت استثنائی استفاده کنند

کشور قطر در دنیا مالقب قطب نوری شناخته شده اس.

■ بهوان سیاسی

در شژون سال ۲۰۱۷ عربستان سعودی، امارات متحده عربی، بحرین و مصر از بیاط دیدمانیک خود را بافقر قطع کردند واقعت این است که هر چند قطر یکی از ثروتمندترین کشورهای جهان محسوب می شود اما اکثر ثروت آن در منبع طبیعی مسد وقت و خصوصه گاز خلاصه می شود. کمبود زمین های راضی در کنار آب و هوای خشک باعث شده تا این کشور به یکی از بزرگترین واردکنندگان محصولات کشاورزی تبدیل شود.

■ اقتصاد

اقتصاد قطر یک اقتصاد کاملاً وابسته به گاز محسوب می شود، ایس کشور بزرگترین صادرکننده گاز طبیعی

این کشور تا سال ۱۹۷۱ تحت الحمیه بریتانیا بود پس از استقلال در سال ۱۹۷۱ به سب درآمدهای سرشار نفت و گاز طبیعی، این کشور تبدیل به یکی از ثروتمندترین کشورهای منطقه شد. قطر دارای ذخایر گسترده گاز طبیعی است و بالاترین شاخص توسعه نسلی بین کشورهای جهان عرب، دار است این کشور بالاترین درآمد سرانه را در جهان دارد این کشور از سال ۱۹۹۲ روابط نظامی گسترده با ایالات متحده دارد.

قطر به عنوان نخستین کشور عربی، حرم جهانی فوتبال ۲۰۲۲ را میزبانی خواهد کرد، بزرگترین حرم جهانی فرصت تلایی برای اقتصاد این کشور محسوب می شود.

همسایه جنوبی این به عربی ویزای خاص جعفری خود، دسترسی خندان زیادی بد خشکی نداشته و از ان بد عنوان یک شبه جزیره کوچک نیز یاد می کنند قطر مرز مشترک زمینی با عربستان سعودی و مرز آبی بد کشورهای ایران، کویت، عراق، عربستان، بحرین و امارات متحده عربی دارد.

■ ویژگی های کشور قطر

قطر بد خلاف تمامی نشن های موجود در سطح خاور میانه کشوری آرام و بی حاشیه محسوب می شود به همین جهت می توان کسب و کار بردرآمدی را از طریق این کشور راه اندازی کرد. کشور قطر با توجه به جمعیت کم و درآمد بالا از نفت و گاز، دارای سرمایه

قطر کشور بی در جنوب غربی قاره اس در منطقه خور مسانه، شرق شبه جزیره عربستان و در بخش جنوبی خلیج فارس واقع شده اس. دوحه پایتخت قطر و بزرگترین شهر آن است. این شهر در ساحل خلیج فارس و در شرق کشور قطر واقع شده است. نام دوحه برگرفته از وزدی عربی دوحات بد معنای گرد می باشد. این ولاد به مرزهای متحنی و گرد اطراف خط ساحلی اسره دارد. دوحه، مرکز اقتصادی کشور قطر، شهری مدرن و در حال توسعه است.

زبان رسمی این کشور، زبان عربی است و از زبان نگلیب معمولاً بد عنوان زبان دود اس استفاده می شود. دین رسمی این کشور اسلام است و واحد پول آن ریال قطر است.

مساحت قطر ۱۱،۵۱۶ کیلومتر مربع است. شبه جزیره قطر از شمال شرق عربستان بد داخل خلیج فارس گسترده شده اس. خاک این کشور مسطح بوده و از یک صحرای خشک تشکیل شده است. شهرهای قطر عبارتند از دوحه، الزیان، لخور، الوکره، ام حلال، م سعیده، لجمیلیه، جریان، لطنه، الشمال (لسان) و لغه برید.

شهر جدیدی بد نام لوسیل و شهرکی جزیرهای بد نام بروارید قطر نیز در این کشور در دست ساخت هستند. قطر به صورت امارتی منطقه و رشی از میانه سده ۱۹ میلادی توسط خاندان آل ثانی فرمالوایی می شود. تمام موقعیتهای حساس حکومتی در قطر توسط خاندان آل ثانی با افراد نزدیک به آنان اداره می شود قبل از کشف نفت حرم، قطر عمدتاً به خاطر شکار مروارید و تجارت تریایی شناخته می شد.



منبع (آل ان جی) در جهان است. در حال حاضر قطر از صادرات نفت و گاز در سال ۲۰۱۴ میلادی حدود ۲۸ میلیارد دلار برآورد شده است. قطر به علت بیش دستی در بهره برداری از میدان گازی بریس جنوبی که آن را «میدان شمالی» می نامند؛ توانسته است بیش از ایران از این میدان گازی مشترک، گاز طبیعی استخراج کند و به رشد سریع اقتصادی دست یابد. درآمد بالای گاز و جمعیت کم در این کشور یک ساختار رفاهی بی کم و کاست برای شهروندان قطری ایجاد کرده است.

قطر عضو سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) و سومین کشور دارنده ذخایر گاز پس از روسیه و ایران است. ذخیره گاز آن برای ۲۰۰ سال آینده، کافی محسوب شده است. بیشتر مشتری های نفت و مواد پتروشیمی قطر، کشورهای آسیایی مانند چین هستند. قطر کشوری وابسته به واردات است. حدود نیمی از مواد خوراکی مصرفی از مراکز مینی یا عربستان وارد می شود؛ گرچه این کشور درآمدهای دیگر نظیر گاز و گردشگری را نیز دارد. از طرف دیگر این کشور از کمبود تحصیلات

زمینه های مختلف رنج می برد که این مورد را می توان پاشنه آشیل اقتصادی اکثر کشورهای عربی خصوصاً حاشیه خلیج فارس دانست. در کشور قطر، امکان تولید بسیاری از کالاهای صنعتی و معدنی وجود ندارد. به همین موضوع باعث واردات بسیاری از کالاهای قطعات صنعتی می شود. ضعف کشاورزی باعث شده است بسیاری از مواد غذایی در این کشور به صورت بومی تولید نشود و نیاز به واردات آن احساس شود. حتی در جریان تحریم عربستان، بسیاری از شهروندان قطری از ترس کمبود مواد غذایی به فروشگاه ها هجوم بردند.



مجموعه این استدلالات نشان می دهد که همسایه جنوبی کشور ما یک فرصت و پتانسیل بی نظیر برای حضور کالاهای ایرانی است. گذشته از این موارد از چیزی که بیش از پیش فرصت صادرات به قطر را به ما کونسرت می کند، وجود مرزهای دریایی زیاد با ایران و قابلیت همسایگی است. تجربه ران حوزه تجارت بهتر می داند که نزدیکی کشورها و وجود مرز مشترک تاجه اندازه می تواند شرایط صادرات و کار بازرگانی را تسهیل کند. بنابر دووجه، اولاً هدف و زکریت از جمله ندرهای مهم می کشد و برای فعالیتهای اقتصادی محسوب می شوند.

وجود اشتراکات فرهنگی زیاد با مردم ایران، می تواند عامل دیگری برای تسهیل صادرات به حساب بیاید چرا که موافقه ها و خصوصیت فرهنگی و اجتماعی نیز می توانند نقش مهمی در کارهای بازرگانی داشته باشند.

در همین راستا می توان به برابری مقیاس قطر اشاره کرد که می تواند نقش بسزایی در فرایند صادرات کالا داشته باشد چرا که بسیاری از فرایندهای صادرات مانند بازرگانی صادراتی ما اطلاع از قوانین و مقررات تجاری را می توان از طریق این افراد دریافت کرد.

چه فرصتهای صادراتی در قطر وجود دارد؟

با توجه به شرایط نامساعد زراعی در کشور قطر، این کشور محصور است تا ۹۰٪ مواد غذایی خود را از طریق واردات تامین کند. محدودیت خاصی در واردات محصولات غذایی وجود ندارد و همین امر سبب تسریع امور می شود.

اگر دارای خدماتی در حوزه تکنولوژی هستید، بازار کشور قطر می تواند هدف مناسبی برای شما باشد. چرا که آن ها به دنبال انتقال تکنولوژی های جدید به کشور خود هستند. بخش دیگری که بسیار فرصت مناسبی برای صاحبان کالا می باشد، بخش درمانی آن است. تجهیزات درمانی یکی از بزرگترین حلقه های این کشور محسوب می شود.

علاوه بر بنادر مهم، فرودگاه های پیشرفته و به طور کل سیستم حمل و نقل مدرن باعث شده تارفت و آمد و همچنین حمل و نقل کالا به این کشور عربی بسیار تسهیل شود. امکانات فرودان و وجود مراکز اقامتی، هتل ها و مراکز رفاهی متعدد نیز مسافرت تجار به شهر قطر به خلیج فارس را بسیار تسهیل کرده است.

قطر را می توان کشور تجار و فعالان اقتصادی دانست. گویی جزیره ای بوده که مهم ترین بازرگانان از سراسر جهان با پتانسیل های مختلف در آن جمع شده اند. همین موضوع فرصت بی نظیری را برای انجام نوع فعالیت های تجاری فراهم کرده است.

برخلاف بسیاری از کشورهای دیگر، تجارت قطر از بازار گشاد خوش سلفه و ثروتمند خلیج فارس به حساب می آید که این موضوع در کنار

● قطع واردات کشور های عربی به این کشور و ایجاد فرصتی مناسب برای دیگر کشورها

■ پتانسیل بالای کشور قطر برای ترانزیت کالا و گردشگری

● رابطه‌ی سیاسی مناسب ایران به قطر

● کمبود تخصص در زمینه‌های مختلف در این کشور

● همسایگی با ایران و وجود مرزهای دریایی زیاد

■ وضعیت صادرات از قطر

مجموع صادرات کالاهای کشور قطر در سال ۲۰۱۷-۲۰۲۰ ۵۲.۲ میلیارد دلار بود که همین امر این کشور را به چهارم و هفتمین صادرکننده بزرگ جهان تبدیل کرد. بیشترین کالاهای صادراتی قطر به ترتیب شامل صادرات مواد معدنی، صادرات مواد شیمیایی، صادرات پلاستیک و لاستیک، صادرات فلزات، حمل و نقل و صادرات ماشین آلات می‌باشد. کشورهای برتر مقصد کالاهای صادراتی کشور قطر عبارتند از: کره جنوبی (۱۹.۷٪)، ژاپن (۱۹.۱٪)، هند (۱۴.۴٪)، چین (۱۱.۳٪) و سنگاپور (۸.۹۶٪). بیشترین مقصد صادرات به ترتیب در قاره‌های آسیا، اروپا، آفریقا و آمریکای شمالی می‌باشد.

کالاهای صادر شده از قطر به ایران و دیگر کشورهای جهان

صادرات از قطر به ایران	صادرات از قطر به جهان
پان تریل، وسط نقلیه موتوری، محصولات آهنی، محصولات ماهواره فیدرکوپرها، سنی ضد رطوبت، دروهای اتی پروتک و برخی محصولات شیمیایی	گاز مایع، نفت خام و دیگر تولیدات نفتی، کودهای شیمیایی، آهن و فولاد

■ وضعیت صادرات به کشور قطر

مجموع صادرات به کشور قطر در سال ۲۰۱۷-۲۰۱۶ ۲۱.۶ میلیارد دلار بود که همین امر این کشور را به شصت و هفتمین واردکننده بزرگ جهان تبدیل کرد. بیشترین وارداتی قطر به ترتیب شامل ماشین آلات، حمل و نقل، مواد شیمیایی، فلزات، فلزات گرانبها، محصولات حیوانی، مواد غذایی، مواد معدنی، محصولات گیاهی، پلاستیک و لاستیک، سازها، منسوجات، سنگ و نیسبه می‌باشد. کشورهای برتر صادرکننده به قطر عبارتند از: انگلیس (۱۴.۳٪)، فرانسه (۱۰.۳٪)، آلمان (۹.۲۸٪)، چین (۷.۷۱٪) و عمان (۶.۱۸٪). بیشترین مبدأ واردات به ترتیب در قاره‌های اروپا، آسیا، آمریکای شمالی، آفریقا و آمریکای جنوبی می‌باشد.

صادرات از ایران به قطر	صادرات از ایران به جهان
فروش، کلینکر، انواع سیمان پورتلند، لوله و پروفیل از چدن و فولاد، سنگهای ساختمانی، روغن صنعتی، سدولفات بداری، گلوخه سنگ آهن، پسته تازه، بنزین، مصنوعات آلومینیومی، اشیا سرامیکی، گچ بنایی، زعفران و برخی محصولات کشاورزی	ماشین آلات، وسایل نقلیه (عمده از نوع رانر)، مواد شیمیایی، مواد غذایی

مبادلات تجاری قطر با جهان از سال ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۸

سال	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸
صادرات	۶۳۲	۳۲۲	۵۶۶	۸۵۹	۱۹۷۲	۱۹۷۲	۱۹۷۲	۱۹۷۲	۱۹۷۲	۱۹۷۲	۱۹۷۲
واردات	۲۲۹	۲۹۹	۲۲۲	۱۲۲	۲۲	۲۲	۲۲	۲۲	۲۲	۲۲	۲۲
تعداد صادرات	۶۰۱۵	۶۰۱۵	۶۰۱۵	۶۰۱۵	۶۰۱۵	۶۰۱۵	۶۰۱۵	۶۰۱۵	۶۰۱۵	۶۰۱۵	۶۰۱۵

منبع: سازمان توسعه تجارت ایران

■ فرصت صادرات از ایران به قطر

در سال ۲۰۱۷ همگان جنوبی ایران، سرمایه‌گذاری و صادرات به قطر نسبت به سایر کشورها جذابیت بیشتری برای بازرگانان ایرانی دارند. براساس برآوردهای بانک جهانی در سال ۲۰۱۷، میزان تولید ناخالص داخلی این کشور بیش از ۱۶۹ میلیارد دلار بوده و نرخ رشد حدود ۲ درصد در این سال تجربه کرده است. همسایه جنوبی ایران در کنار یکی از بزرگترین آبره‌های جهان یعنی خلیج فارس قرار گرفته و از پتانسیل بسیار بالایی برای ترانزیت کالا و همچنین گردشگری برخوردار است.

برای درک فرصت‌های اقتصادی قطر کافی است بدانیم که از جمعیت ۲.۷ میلیون نفری آن تنها حدود ۴۰۰ هزار نفر تبعه اصلی این کشور هستند و ماهی برای خلق فرصت‌های اقتصادی به آن مهاجرت کرده‌اند.

یکی از مهم‌ترین دلایلی که باعث شده تا قطر به بهترین بازار صادراتی ایران تبدیل شود، رابطه سیاسی مناسب این کشور با ایران است. این در حالی است که رابطه آن با کشورهای همسایه عربی خود همواره بر تزلزل بوده است.

تنها راه ارتباطی این کشور با دنیای خارج صرفاً به ایران منتهی می‌شود. حتی هواپیماهای قطری نیز صرفاً از طریق آسمان ایران مجاز به رفت و آمد هستند. هم‌اکنون ایران ماشه‌چیز به کوچک خلیج فارس باعث شده تا دولت مردان آن در چند سال اخیر به فکر گسترش روابط اقتصادی خود با ایران باشند.

براساس آمار سازمان تجارت جهانی (WTO)، کشورهای اتحادیه اروپا، آمریکا و چین، حجم قابل توجهی از نیازهای و رزانه‌های شبه جزیره خلیج فارس را به خود اختصاص داده‌اند و بیشترین صادرات به قطر را داشته که به نوعی رقیب صادرکنندگان ایرانی در این کشور محسوب می‌شوند.

■ ده دلیل صادرات به قطر

- کشور قطر کشوری آرام و بی‌حاشیه بدون جنگ و مناسبت برای کسب و کار است.
- تحریم شدن کشور قطر توسط کشورهای عربی در خورمیان و بالاگرفتن اختلافات در این کشورها که در نهایت سبب محاصره‌ی اقتصادی قطر شد.
- عدم وجود قوانین سرسختانه برای واردات مواد غذایی و کشاورزی
- وجود جمعیت عظیم نیرومند و کاخ نشین در این کشور
- عدم وجود زمین‌های زراعی برای کشاورزی و نیز شدید قطر به واردات مواد غذایی

■ چه کالاهایی شانس بیشتری برای صادرات به قطر دارند؟

در فرایند صادرات همواره شخصی نیز برای صادرکننده در کشورهای مقصد، حدود ۵۰ درصد از اهمیت کار را به خود اختصاص می‌دهد. در این راستا اکثر صادرکنندگان ابتدا اقدام به بازاریابی صادراتی در کشورهای مقصد می‌کنند.

از طرفی همواره در کشورهای مقصد، محصولات برخی کشورهای دیگر نیز وجود دارند که به نوعی رقابت محسوب می‌شوند. آشنایی با این کشورها و محصولات آن‌ها برای صادرکنندگان الزامی است.

بر اساس همین آمار، بیشترین نیازهای وارداتی قطر در گروه‌های پدیده شده به صورت زیر است:

محصولات و تولیدات کشاورزی

- گوشت و احشا خوراکی مرغ
- گوشت گوسفند یا بز
- برنج
- پیاز، موسیر، سبزی و تره‌هرنگی
- محصولات صنعتی
- وسایل نقلیه موتوری برای جابجایی اشخاص
- ابزارهای انتقال رادیویی و تلفنی
- قطعات هواپیما، بالن و هلی‌کوپتر
- رسان‌های عایق برق

■ بررسی میزان صادرات کالاهای ایران و قطر

ایران به کشورهای همسایه خود کالاهای مختلفی را صادر می‌کند که بسیاری از آن‌ها مواد غذایی و کشاورزی، قطعات صنعتی یا قطعات معدنی تشکیل می‌دهند. نمودار زیر نشان‌دهنده میزان صادرات کالاهای ایرانی به قطر می‌باشد. این داده‌ها بر اساس آخرین آمارهای سازمان تجارت جهانی و به‌دهی بین‌المللی است. این نمودار نشان می‌دهد که حجم صادرات به قطر در سال‌های اخیر جهش قابل توجهی داشته است.



■ میزان صادرات به قطر در سال‌های اخیر از ایران

● در سال ۹۷ بالغ بر ۲۲۵ میلیون دلار کالا از ایران به این کشور صادر شده که عمدتاً از طریق شرکت‌های بنزر پوشهر، بندر شهید رجایی، بندر لنگه، منطقه ویژه اقتصادی پارس، اهلیان، مسهد و بندر امام خمینی صورت گرفته است.

اطلاعات زیر مربوط به کالاهای صادراتی ایران به قطر در سال ۹۷ بوده که می‌تواند تا حد زیادی به تجارت و بازرگانان در شناخت نیازهای صادراتی کمک کند:

- مواد و محصولات غذایی از قبیل خرما، بسته، موز، فربنی، هندوانه، کلم، کاهو، خیار و خیار ترش، کنو، زعفران و ...
- انواع بسته، سمان سفید، گچ، آهن و مواد معدنی دیگر
- قیر نفت، سنگ گچ، سنگ‌های معدنی مانند سنگ مرمر و تراورتن، انواع رنگ‌ها و همچنین ورق‌های فلزی
- صنایع دستی، فرش، گیله و انواع کفپوش
- محصولات کشاورزی از قبیل یونجه، گاو، بواج علوفه و خوراک دامی در قالب‌ها و اشکال

■ کالاهای پسته‌بندی شده تاخیر از آن

- گوسفند زنده و سایر حیوانات زنده به همراه انواع گوشت
- پسته کامپون و کامپوت، میله‌های گرم از آهن یا فولاد، کفپوش‌های غیر مخملی بافت، لوله و پروفل
- سایر محصولات مانند سبزی، انواع کتسرو، لوازم خانگی

■ صادرات مواد غذایی به قطر

در کشور های خاسته خلیج فارس، مواد غذایی با تنوع خاصی جهت صادرات، مورد هدف قرار می‌گیرند. بازار قطر با توجه به برخی مواد غذایی ایرانی محبوب می‌شود و ما می‌توانیم تمامه در نیازهای ضروری‌ها را تأمین کنیم. گوشت، مرغ، میوه‌ها، حبوبات و نان از جمله کالاهایی است که قابلیت ورود به این بازار را دارد. صادرات از ایران به قطر از دو مسیر دریایی و هوایی قابل انجام است. برخی از کالاها که تاریخ مصرف کوتاهی دارند می‌توانند از طریق هوایی به قطر فرستاده شوند و سایر کالاها نیز از راه دریایی.

از آن جایی که قطر وسعت کمی به لحاظ جغرافیایی دارد به راحتی می‌توان از طریق صادرات، کل نیازهای مردم این کشور را که در حدود ۲ میلیون نفر می‌باشند، تأمین کرد. از آنجایی که فرهنگ کشورهای حاشیه خلیج فارس شبیه و مشترکاتی با فرهنگ ایران دارند؛ لذا از نظر غذایی نیز می‌تواند توجه مشترک زیادی را مشاهده نموده به همین دلیل تجارت و توسعه و نظارت طریق صادرات مواد غذایی امری بدیهی تلقی می‌گردد.

از جمله محصولاتی که به قطر در حجم بالا صادر می‌شود و این کشور نیز استقبال زیادی از آن مواجه می‌گردد مواد غذایی و محصولات کشاورزی تازه و در تنوع بالا می‌باشد. به لحاظ استقبال مردم قطر از مواد غذایی ایرانی صادرات این محصولات با افزایش چشمگیری روبرو شده است که ما طی گزارش‌های خاصی به شکل مناسب انجام می‌گیریم.

■ روش‌ها و نوع صادرات مواد غذایی

به دلیل وجود تنوع و تعدد محصولات کشاورزی تولیدی و همین‌طور محصولات دامی در ایران، صادرات این مواد به کشورهایی که خواهان آن هستند در مقدار بالا صورت می‌گیرد که این امر علاوه بر تأمین مواد غذایی مورد نیاز کشور مقصد، سبب درآمدزایی و در نهایت رشد اقتصادی به میزان چشمگیری خواهد شد.

از آنجایی که ایران اسدنگی خود را برای صادرات مواد غذایی به قطر اعلام کرده است می‌توان برای انتقال این مواد غذایی سه بندر را مورد هدف قرار داد که نقل و انقالات از این راه‌ها به شکل مناسبی میسر می‌گردد. به همین ترتیب محصولات کشاورزی را می‌توان از راه‌های در زمان در دست به قطر وارد کرد. از آنجایی که تنش‌های موجود برای تحریک صادرات به قطر افزایش یافته است؛ برای تأمین نیازهای روزانه مردم از جمله مواد غذایی، می‌توان این کشور را به طور ویژه هدف صادرات قرار داد.



در توجه به تحریم‌های کشورهای عربی برای فطر که شامل مواد مختلف از جمله مواد غذایی نیز می‌شود، تنها راهی که به شکل زمینی برای ارسال مواد غذایی بهی می‌ماند از راه عربستان امکان پذیر است. اگر تحریم‌های موجود بر علیه قطر به میزان زیادی تشدید شود دنیا کنسوری که برای صادرات نزدیک است ایران می‌باشد. از این رو می‌توان صادرات را از راه زمینی - آبی که در حدود ۱۲ ساعت سابقه برای طی کردن آن لازم است را در نظر داشت. جهت صادرات محصولات غذایی به قطر از هر بومی که باشد می‌توان از طریق بنده بندر موشهر، بندر عباس و بندر لنگه اقدام نمود.

■ انواع محصولات پر طرفدار در صادرات مواد غذایی به قطر

از آنجایی که در فطر مواد غذایی به ویژه مواد غذایی حلال طهارت زیادی دارند از این رو ایران به عنوان یک تأمین کننده و صادر کننده مهم در این امر دخیل می‌باشد. صادرات مواد غذایی به قطر با تنوع زیادی از این مواد در جمله مواد گوشتی حلال جمره است. برای این منظور باید در ابتدا مجوزهای لازم در امر صادرات اخذ شود و مواد غذایی صادراتی در نوع مناسب بستندنی شوند رعایت نکات ضروری و استاندارد که از طرف کشور مقصد تعریف شده است برای صادر کننده گان ایرانی می‌باشد.

رعایت نکات بهداشتی در زمینه بستندنی مواد غذایی نیز از دیگر عواملی است که باید به هنگام بستندنی مورد توجه قرار نگردد. قبل از انجام امور مربوط به صادرات باید بازار بومی مناسبی در زمینه صادرات نوع خاصی از مواد غذایی که شامل محصولات کشاورزی و دامی به صورت خاص می‌شود ایجاد کرد.

محصولات کشاورزی شامل انواع سیب و سیب زمینی مختلف و مواد گوشتی در بستندنی‌های مناسبی در نظر گرفته می‌شوند. سایر محصولات غذایی تولیدی در کارخانجات ما بوجه به بازار بومی‌های صورت گرفته و طرفدارانی که دارند هدف صادرات قرار می‌گیرند.

از جمله مواد غذایی که در رتبه بالایی از رده بندی قرار دارد، شکر ایرانی است که به دلیل کیفیت ممتاز بسیار مورد قبول این کشور قرار گرفته است. از آنجایی که در نظر مردم قطر تغذیه در ایران به صورت متنوع توسعه یافته است لذا می‌توان کسب و تنوع این مواد غذایی را به شکلی مطلوب در ایران برای صادرات مشاهده کرد.

به دلیل اقلیم مناسب ایران و تنوع در آن می‌توان میوه‌های مختلفی را که در ایران رشد می‌کنند، مشاهده کرد. از این رو صادرات میوه به قطر در

از جمله وزارت اقتصاد و بازرگانی، اتاق صحت و بازرگانی و اداره امور شهری و شهرداری این کشور است.

مراحل ثبت شرکت جدید در قطر عبارتند از:
● دادن درخواست نامبند نام پیشنهادی شرکت به وزارت اقتصاد و بازرگانی

● گشودن حساب بانکی و سیرده گذاری گمرکین سرمایه

● انضای اسناد مشارکت پیش از باز کردن دفتر اسناد رسمی در وزارت دادگستری

● ثبت شرکت در وزارت اقتصاد و بازرگانی (MEC)

● ثبت شرکت در اتاق صحت و بازرگانی

● دریافت پروانه بازرگانی و لیسانس دارای نشان (Signage License) از اداره امور شهری و شهرداری

■ چالش‌های بازار فطر

سرمایه‌گذاری و تجارت به قطر دارای محدودیت‌ها و چالش‌هایی است.

محدودیت مالکیت خارجی: در قطر سرمایه گذار خارجی می‌تواند در بعضی از صنایع، مالکیت ۱۰۰ درصدی داشته باشد که نیاز به تایید دولت دارد.

سرمایه گذاری در مسکن: نحوه انتقال مالکیت‌ها به صورت ۹۹ ساله است که در پروژه‌های مورد تأیید دولتی صورت می‌گیرد.

تدارکات دولتی: شرکت در مناقصه‌ها و مزایده‌ها به دلیل شفاف نبودن و اولویت با افراد محلی بسیار دشوار است. هر چند تلاش شده با ایجاد یک

و مساست به قوانین جدید شفافیت را بهبود دهند. قوانین در زمینه واردات محصولات غذایی، کشاورزی و پزشکی در قطر وجود ندارد و جز در موارد اندکی، مسیر برای تجارت باز است.

تنوع بالا به عنوان یکی از محصولاتی است که به استقبال رینی از طرف مردم و دولت این کشور روبرو می‌شود و این یک فرصت مناسب جهت ستاده از سودهای متفاوت است.

■ رعایت نکات مهم در صادرات مواد غذایی

به هر ترتیب باید پس از انجام بازاریابی‌های مناسب در کشور مبدأ جهت هم‌پای به واردات محصولات غذایی مورد نظر، مجوزهای لازم جهت امور گمرکی و ترخیص کالا گرفته شود. اغلب موارد مربوط به امور صادرات توسط شرکت‌های محلی و افرادی که در این زمینه متخصص هستند، صورت می‌گیرد.

به هر اندازه که مراحل انجام امور صادراتی به شکلی درست و تخصصی در زمان مناسب انجام شود در نهایت محصولات به موقع و در زمان بندی درست به کشور هدف خواهند رسید.

بازاریاب کشور مقصد از کیفیت محصولات غذایی که به آنجا وارد شده است در نهایت می‌تواند به آینده صادرات و توسعه روابط تجاری امید داشته باشد. این روند در نتیجه با حفظ کیفیت مطلوب و تحویل به موقع، گسترش روابط تجاری و توسعه درآمدی از این طریق امری بدیهی تلقی می‌گردد.

در امر صادرات مواد غذایی اگر بدون به موقع به بازار فطر وارد شد و در فصول مختلف سال مایحتاج ضروری را به شکلی مناسب تأمین کرد؛ به جای فرصت‌سوزی می‌توان فرصت‌سازی را به شکلی مناسب مشاهده کرد.

■ ثبت شرکت در قطر

انجام فعالیت یک شرکت در قطر نیازمند طی مراحل شش‌گانه و رایج مستندات مورد نیاز به ادارات دولتی

چالش های صادرات مواد غذایی

دکتر یلدا راهدار؛ عضو هیات ریسه اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی فارس و نایب رییس انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس



یکی از مشکلات پیش روی صادرات مواد غذایی، نبود زیرساخت های حمل و نقل مناسب می باشد. محصولات غذایی از جمله کالاهای فسادپذیر بوده و رعایت شرایط و استانداردهای لازم برای حمل و صادرات ضروری است. فقدان حمل و نقل هوایی مناسب باعث از دست رفتن بازارهای بالقوه صادراتی می گردد. این مساله همچنین افزایش قیمت تمام شده محصولات غذایی و در نتیجه کاهش توان رقابت صادرکنندگان ایرانی را در پی دارد. عامل دیگری که قیمت تمام شده مواد غذایی را بالا می برد، تسهیلات گران قیمت در مقایسه با سایر کشورهای می باشد. در دیگر کشورها تسهیلات با نرخ کمتری از درصد در اختیار فعالان اقتصادی قرار می گیرد. اما در ایران تولیدکنندگان به منابع بانکی با نرخ حداقل ۱۸ درصد و بیشتر از آن دسترسی دارند. سایرین افزایش بهای کالاهای داخلی، پاراهای بین المللی و از دست دادن کنندگان خارج کرده و به راحتی در قضاوت قیافه می دهند. یکی از مسائلی که صادرکنندگان مواد غذایی با آن مواجه هستند رعایت استانداردهای لازم برای این محصولات می باشد. صادرکنندگان بیش از آن که صرف به رعایت استانداردهای کشور مبدا باشند؛ ضروری است که استانداردهای کشور مقصد را مدنظر قرار دهند. علاوه بر این که به طور علمی ممکن است استانداردهای کشورهای هدف تغییر کنند و صادرکنندگان باید طی خود را با این تغییرات تطبیق دهند. تجربه ها بر استانداردهای تولیدکنندگان نیز تاثیر می گذارد. بدین صورت که تولیدکنندگان با انجام هزینه های برابری، کشورهای مقصد صادراتی خود را می مانند. اما به دلیل تجربه ها مراودات با کشورهای با مشکل مواجه شده و این بازارها از دسترس صادرکنندگان خارج می شود. در نتیجه محدود هزینه های بازاریابی و تغییرات استاندارد را به توجیه کنندگان تحمیل نمی نماید. علاوه بر این که بهای تمام شده کالاهای داخلی به نسبت مشابه خارجی آن بیشتر می باشد؛ نوسانات قیمتی در داخل کشور برای تهیه مواد اولیه تولید و همچنین سایر هزینه های زنجیره ارزش باعث خروج کالاهای ایرانی از سبد خرید مصرف کنندگان خارجی به دلیل قیمت های شناور این محصولات گردیده است.

یکی دیگر از چالش های صادرات صنایع غذایی کمبود نقدینگی واحدهای تولیدی برای ارتقای ماشین آلات می باشد. تجهیزات فرسوده و نبود دستگاه های نوین بسته بندی، صادرات را برای تولیدکنندگان داخلی دشوار نموده است. چنانچه مسوولین برای تولیدکنندگان و به ویژه آن دسته از تولیدکنندگان که سابقه یا توان بالقوه صادرات دارند تسهیلات ارزان قیمت ارائه دهند، بهای تمام شده محصولات کاهش یافته و ارزآوری برای کشور به ارتقا می آورد. بازاریابی و حفظ بازارهای هدف عامل مهم در توسعه پایدار صادرات می باشد. بازاریابی یک رشته علمی و وسیع مهم در دنیای تجارت امروز به شمار می رود و هر تولیدکننده ای صرفاً نمی تواند بازاریابی و حتی مهم تر از آن، بازاریابی داشته باشد. از سوی دیگر بنایه عمل مختلف، غالباً صادرکنندگان ایرانی قادر به حفظ بازارهای مقصد صادرات نیستند و به راحتی رقیبهای آن ها را می گیرند. این مساله در مورد محصولات غذایی بیشتر به چشم می خورد. چرا که کیفیت این نوع محصولات اغلب تحت تاثیر عوامل خارج از کنترل تولیدکننده تغییر نموده و در نتیجه کشورهای هدف مشتریان

در یک دهه اخیر تجربه های بین المللی فعالیت های اقتصادی را دچار تحول کرده و درآمدهای ارزی کشور بسیار کاهش یافته است. لذا چشمه مبدأ اقتصاد کشور به صادرات غیربترقی می باشد. در این میان بخش های مختلف اقتصادی به شدت تحت تاثیر تجربه ها قرار گرفته اند و تنها بخش کشاورزی رشد مثبت خود را حفظ نموده است. بخش کشاورزی تقریباً ۶ درصد از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده است. صنایع غذایی نیز حدود ۱۸ درصد از ارزش افزوده بخش صنعت و ۴ درصد از تولید ناخالص داخلی را تشکیل داده است. ما بوجه به باهداری این بخش در برابر عوامل برونزا و اهمیت آن در امنیت غذایی کشور، و همچنین قابلیت ایجاد ارزش افزوده در صنایع غذایی و تبدیل رشد بخش کشاورزی و صنایع تبدیلی از اهمیت ویژه ای برخوردار است.

به علاوه صادرات محصولات غذایی با توجه به موقعیت همسایگان ایران که غالباً از شرایط آب و هوایی مناسبی برای کشاورزی برخوردار نیستند، امتیاز دیگری برای این بخش بوده و بازارهای بالقوه صادراتی برای کشور ایجاد می نماید. لذا توجه به بخش کشاورزی و زنجیره تولید صنایع غذایی و تبدیلی بسیار حائز اهمیت بوده و ارزش افزوده بالایی را برای کشور به ویژه در شرایط تحریمی ایجاد خواهد نمود.

یکی از عواملی که در ایجاد نمودن مزیت صادراتی کالاهای داخلی اهمیت است میزان ارزی یک کالای تولیدی است. چنانچه برای تولید یک محصول در کلیه مراحل میزان ارزش کمتری لازم باشد، آن محصول مزیت صادراتی بیشتری دارد. محصولات کشاورزی و حتی صنایع غذایی تجهیزات و ماشین آلات ایران تری به نسبت سایر صنایع نیاز داشته و سایرین در صورت ایجاد ارزش افزوده، مزیت صادراتی بیشتری تولید می کنند.

با توجه به موارد گفته شده عمی رغبت مزیت های کشور در تولید محصولات کشاورزی و صنایع غذایی. صادرات این بخش ما چالش های بسیاری مواجه است. مهم ترین این چالش ها عدم ثبات در تصمیم گیری مسئولان، تلاطم در بازارها و نوسان قیمت مواد اولیه، تسهیلات گمرک قیمت و فرایض بهای تمام شده محصولات، ناتوانی در حفظ بازارهای صادراتی و نبود موافقتنامه های تجاری بین ایران و سایر کشورهای می باشد.

با توجه به این که بیشتر این موارد خارج از کنترل تولید کنندگان و صادر کنندگان می باشد، مسئولین بااستی به رفع مشکلات این بخش مهم با ارزش افزوده و رزآوری بالا اهتمام ویژه ای بپردازند.

به بهانی برای محصولات ایرانی نخواهند بود.

بسیاری از کشورهای ما امضای موافقتنامه های تجاری مسیر را بر روی ورود کالا از سایر کشورها دشوار کرده اند و برخی کالاها مشمول تعرفه های تبعیض آمیز هستند. مسئولین بااستی یا امضای موافقت نامه های تجاری راه را برای صادرات محصولات غذایی هموار نمایند. موافقت نامه تجاری با اوراسیا گامی مثبت در این زمینه می باشد و بااستی طرفیت های کشاورزی و صنایع غذایی این کشورها برای صادرات مورد ارزیابی قرار گیرد.

رویکرد سیاست گذاری های صادراتی کشور مساله مهم دیگر در صادرات محصولات غذایی می باشد. تصمیمات دربار تعرفه ها و مواع غیرتعرفه ای، قیمت پایه صادراتی، نحوه بازگشت ارز حاصل از صادرات، اعمال ممنوعیت های صادراتی و ... مواردی است که بدون لحاظ نمودن نظار کارشناسی صادر کنندگان و به صورت خلق الساعه اتخاذ می گردد.



بررسی شهرستان خرم بید

مقدمه

شرایط آب و هوایی و منابع زیرساختی کهن منطقه سدجران را بر آن داشته تا تصمیمات فنی و موثرتری در زمینه کنترل اثرات خشک سالی داشته باشند آنچه بعنوان راه حل های کلی به نظر می رسد ۱- کاهش هزینه ها ۲- افزایش بهره وری ۳- افزایش راندمان می باشد و تمامی راه حل ها بایستی حول این سه محور به گردش در آید. وجود کشاورزی معیشتی و تعدد بهره برداران و مشاغلی که بطور غیر مستقیم در ارتباط با کشاورزی است اثرات آن را بیشتر نشان می دهد. تعطیلی صنایع شهرستان از طرف دیگر مخاطرات بخش کشاورزی را بیشتر قابل توجه می سازد چرا که هر گونه خطری که منوجه این بخش گردد، فاجعه اجتماعی را در بر خواهد داشت.

همانطوری که میدانیم آب مایه حیات و فاکتور اصلی در کشاورزی است و با توجه به شرایط جغرافیایی کهنسور و استان فارس و علی الخصوص شهرستان خرم بید خشکسالی دیگر قهر طبیعت و بلای آسمانی نیست بلکه عارفه ای طبیعی و از خصوصیات منطقه می باشد. بنابر این تمهیدات مدیریتی بایستی در راستای کنترل و کاهش اثرات منفی آن باشد. وضعیت توپوگرافی شهرستان خرم بید و قرار گرفتن بیش از ۷۰٪ از محدوده شهرستان در ارتفاعات زاگرس این شهرستان را به حوضه آبریز دشتهای همسایه تبدیل نموده بی آنکه خود حوضه قابل توجهی داشته باشد، وجود منابع آبهای سطحی و تاثیر پذیری آنها از تغییرات

پتانسیل های حوزه صنایع تبدیلی و غذایی

شهرستان

پتانسیل های موجود در حوزه صنایع غذایی این شهرستان با توجه به سرمایه گذاری های اخیر در حوزه جیپس میوه و سبزیجات خشک، خوراک کامل دام و طیور و ابریان کسپرو سبزیجات و سردخانه دومنظوره و بسته بندی حبوبات و خشکبار و ... است. صادرات محصولات صنایع تبدیلی و غذایی این شهرستان به کشورهای حاشیه خلیج فارس، استرالیا و افغانستان می باشد.

مشکلات و تنگناهای حوزه صنایع تبدیلی و غذایی شهرستان

شهرستان

یکی از مشکلات و تنگناهایی که شرکت های صنایع غذایی شهرستان با آن روبرو هستند می توان به کمبود سرمایه در گردش مانع سود پایی اشاره کرد. تامین عمارت به صورت تسهیلات ارزان قیمت و بلند مدت نقش موثر و مهمی در برطرف نمودن مسائل و مشکلات بهره برداران و حمایت از سرمایه گذار می باشد.

کد در میان محصولات باغی. انگور با ۷۷۱ هکتار سطح زیر کشت و تولید همزون بر ۶۰۵ هزار تن اهمیت ویژه ای دارد. از دیگر محصولات باغی خاص شهرستان می توان به سیب و بادام اشاره کرد که با سطح زیر کشت به ترتیب ۴۱۵ و ۶۹۵ هکتار تولیدش بر لری ۶۳۰ و ۸۶۵ تن می باشد. تعداد بهره برداران زراعی: ۶۷۹ نفر متوسط سطح زیر کشت زراعی بهره برداران: ۳۱۶ هکتار

معداد تراکتور: ۳۷۰ دستگاه و تعداد ادوات: ۱۳۹۶ دستگاه

گوسفند و بزه پرواری: ۳۷۵۰۰۰ رأس

گاو و گوساله: ۲۸۰۰۰ رأس

گندمی عمل: ۴۲۰۰۰ کنتی

توانایی های حوزه صنایع تبدیلی و غذایی شهرستان

محصولات مشهور صنایع غذایی در شهرستان خرم بید شامل تولید انواع ترشی و سبزیجات، فراوری ریحون، رب گوجه، خیارشور، کسپرو حبوبات، میوه خشک، بست مندی، نجه مرغ، تولید حلب و نظایر آن می باشد.

منابع طبیعی و پوشش گیاهی منطقه

شهرستان خرم بید با ۲۲۵-۲۷ هکتار وسعت ۲۱۲ درصد از وسعت استان را در بر میگیرد. از لحاظ کاربری اراضی ۷۱٪ درصد از مساحت شهرستان (۱۹۲۱۱۸) اراضی کم تراکم و ۱۵ درصد از وسعت (۴۰۷۳۷) هکتار، اراضی نیمه تراکم در بر گرفته است. این مساحت به ترتیب ۲۰۴۸ و ۲۰۴۲ درصد از مساحت مراتع کم تراکم و نیمه تراکم استان را شامل می شود.

کشاورزی شهرستان

سطح اراضی کشاورزی: ۴۵۰۰۰ هکتار

سطح زراعت: ۱۳۱۷۵ هکتار

بخش زراعت با سطح زیر کشت ۱۳۱۷۵ هکتار و تولید سالانه ۱۳۵۰۰۰ تن محصول ارضی های فعال و نوین اقتصادی شهرستان است.

سطح زیر کشت محصولات نوبنی (سال

زراعی ۹۴-۹۲) ۷۰۰۵ هکتار

سطح زیر کشت محصولات حبیبی (سال

زراعی ۹۴-۹۲) ۶۱۷۰ هکتار

وسعت باغات میوه شهرستان ۳۲۰۰ هکتار است.



صنایع تبدیلی و غذایی فعال شهرستان

تاریخ افتتاح واحد	شماره پروانه اشتغال پروانه	پروانه بهره برداری دارد	ظرفیت سالانه (تن)	محصولات	وضعیت واحد	مدیرعامل	واحد
					فعال		
۱۳۸۷	۶۲	..	۷۹۵۰۰	برشی و شوربجات	..	آقای ولی اله کمانی	انبساط گیاندیسی ۱
۱۳۵۷	۲۰	..	۱۰۰۰	برشی و شوربجات	..	آقای سرفراز کراهمی	گل بند
۱۳۹۷	۴۲	..	۶۲۰۰	برشی و شوربجات	..	آقای اصغر مدنی	پارمیه دشت مرقاب
۱۳۹۹	۵	..	۵۰۰	پسته بندی نخل مرغ و پسته چین	..	آقای جلال هاشمی خیری	آقای جلال هاشمی شیرین

ایزو ، استاندارد واحدهای صنایع تبدیلی و غذایی شهرستان

واحد	ایزو	استاندارد / محصولات
انوشا آقای ولی اله کمانی	ISO 9001-H OCP-220000	استاندارد برای تعداد محصولات تولیدی
گل بند آقای سرفراز کراهمی	HICCP 9001- is 220000	استاندارد خیابان شور و کوجه فرنگی
شرکت پارمیه آقای اصغر مدنی	نخارد	استاندارد برای تعداد محصولات تولیدی
خوم لسن آقای ستارنیا	نخارد	استاندارد برای ماست با ویژگی ماست پرچرب

صنایع تبدیلی و غذایی دارای پروانه تاسیس که در حال ساخت و ساز می باشند با پیشرفت فیزیکی بالای ۵۰٪ :

واحد	مدیرعامل	محصولات/ظرفیت (تن)	بهره برداری / تاسیس
شرکت پارمیه دشت مرقاب	آقای اصغر مدنی	خوراک کامل دام ۴۰۰۰۰	تاسیس
آقای مجید شجاع	آقای مجید شجاع	برشی و شوربجات ۶۲۰۰	تاسیس
آقای غنیمت اسدی	آقای غلامدار اسدی	پسته بندی حیوانات ۲۵۰۰	تاسیس



بررسی شهرستان مرودشت



مقدمه

در تعیین راهبرد های توسعه اقتصادی پس از جنگ جهانی دوم عمده کشور های غرب صنعتی شدن را برگزیدند و علت آن را ارزش افزوده این بخش ذکر کردند پیشرفته ترین کشورهای صنعتی توسعه بخش کشاورزی را به دنیا مکمل بخش صنعت و کار برد صنعت در بخش کشاورزی را موجب افزایش بهره وری در بخش می دانست بلکه اهمیت تولید غذا را بیشتر مربوط به امنیت ملی خود ارزیابی می نمایند بنون ترند ایجاد صنایع تبدیلی یکی از نویندترین

از بهاضات میں دو بخش صنعت و کشت آوری است صنایع تبدیلی به دلیل سه کارگرمی محصولات کشاورزی بعنوان مولد اولیه می تولید عاملی بری استفاده بهتر از این محصولات تلقی گردد بسیاری از محصولات کشاورزی دارای زمان تولید و مصرف متفاوتی می باشند تولید و با داشت آنها معمولا در یک زمان مشخص ولی کوتاه، ولی مصرف در زمان طولانی تری صورت میگیرد صنایع تبدیلی می تواند با حفظ ویژگیهای محصولات درآید به گونه ای تغییر و تبدیل ایجاد نماید که امکان مصرفشان در طی سال

بسیر باشد ایجاد و گسترش صنایع تبدیلی دارای برخی اثر های اقتصادی از جمله ایجاد ارزش افزوده، ایجاد اشتغال، ایجاد نوآرزی و همچنین استفاده بیشتر از محصولات کشاورزی و به این ترتیب جلوگیری از اتلاف و صنایع شدن محصولات میگردند. از انجایی که صنایع تبدیلی از محصولات کشاورزی بعنوان ماده اولیه استفاده می نمایند گسترش و توسعه صنایع مذکور موجب افزایش تولید و با افزایش استفاده از تولیدات گردیده و به طور عمیر مستقیم ایجاد ارزش افزوده خواهد نمود.

اهداف کلی

- با توجه به اهمیت صنایع تبدیلی در توسعه پایدار بخش کشاورزی اقدامات زیر جهت توسعه صنایع تبدیلی پیش بینی می شود
- افزایش محصولات کشاورزی فرآوری شده
- افزایش صادرات غیر نفتی
- کاهش ضایعات و لوله های زحیره های تولید در بخش کشاورزی
- افزایش بهره وری واحدهای صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی
- برسازی و نو سازی آنها با رویکرد حفظ محیط زیست و منابع

یا اجرای اهداف فوق می توانیم در مسیرهای ذیل گام برداریم

- حرکت در جهت صنعتی شدن
- ایجاد تحرک و انگیزه بیشتر در بخش کشاورزی به ویژه تسهیل دسترسی به محصولاتی که در بازار برای آنها تقاضا وجود ندارد.
- کاهش ضایعات محصولات کشاورزی

ابزار و سیاست مورد نیاز برای تحقق اهداف

- ۱- حمایت از طرح های صنایع تبدیلی با بشرفتی فیزیکی بالای ۶۰٪
- ۲- ارائه تسهیلات بانکی در قالب سرمدیه در گردش و ثبت بهره یابین در زمان مناسب خصوصا سرمایه در گردش که می باشد از شروع فصل تولید تخصصی یلد
- ۳- ارائه تسهیلات بهسازی و نو سازی جهت استاندارد سازی خطوط تولید و اصلاح انگوی مصرف در بخش انرژی و صنایع شامل به روز کردن خطوط تولید

- جایگزینی سنگ های مجز و مسیر انتقال بخر
- استفاده از دیگ های بخار استاندارد و با مصرف انرژی پایین و ضریب باردهی بالا
- استفاده از لامپ های کم مصرف در سیستم روشنایی - استفاده از خازن برق
- استفاده از حسگر درختک نمودن آب کیناسیور ها
- استفاده از سپر نیمه فاضلاب جهت استفاده مجدد از آب خروجی جهت بستن و مقابله با بحران آب
- ۴-مردم خانه های عملیاتی که می باشد تخصص باید و از محلی بانک های عامل دولتی تأسیس شود، در غالب تسهیلات تأیید بهسازی نو سازی و سرمایه در گردش می بایست باشد که
- به طرح های سرمایه گذاری پیشنهاد شده در برنامه استراتژی اختصاص یابد.
- به طرح های نیمه تمام که دارای درصدی بشرفتی فیزیکی می باشد اختصاص یابد

مشکلات و پیشنهادات حوزه صنایع تبدیلی

عنوان مسایل و مشکلات واحدهای تولیدی	توضیحات مرتبط با مسایل و مشکلات مطرح شده و سایر موارد قابل طرح	پیشنهادات اصلاح قوانین و مقررات
مشکل تامین برق واحدهای صنایع تبدیلی تکمیلی	مناطقه ادرز برق جهت کمبود برق واحدها صرفاً افزایش توان برق و ایجاد پست زمینی را پیشنهاد می دهد که هزینه های عمرانی را هر دو طرف در صورتی که ب دهان برسان جدید مشکل واحدها حل می شود کما اینکه در برخی شهرستان های استان این اتفاق افتاده و اداره برق سرپرست قبول نموده است.	فائق ترانس جدید بجای احداث پست زمینی
ندادن تسهیلات روستایی به واحدهای مستقر در شهرک های صنعتی	دولت سرمایه گذار را ترجیح به استقرار در شهرک می نماید ولی از طرف دیگر زمین ارزان تسهیلات برآیند کمپن حصول این واحدها می شود.	با توجه به اینکه کارگران این واحدها از روستاهای اطراف هستند این واحدها هم مشمول استفاده از تسهیلات روستایی قرار گیرند
کمبود نقدینگی	اکثر واحدها به دلیل گرانی های اخیر و کمبود مواد اولیه از تمام ظرفیت نمی توانند استفاده نمایند.	دادن تسهیلات سرمایه در گردش از زمان قیمت به واحدهای صنایع تبدیلی
افزایش هزینه های برق و سایر بهره حاصل های انرژی	با وجود به اینک این واحدها کار تبدیل و نگهداری محصولات کشاورزی را چه می دهند ولی بهره برق این ها به صورت متنوعی تمام می گردد.	تبدیل تعرفه برق واحدهای صنایع تبدیلی از صنعتی به کشاورزی
عدم پرداخت اقسامی اقلام کسبکار توسط اداره مالیات	با توجه به اینکه واحدهای صنایع تبدیلی از پیش اقلام و مواد اولیه مصرفی را بطرح می نمایند و در صورت نیاز با مشکلات پس از می کنند ولی این مبلغ از طرف اداره مالیات به واحد پرداخت نگردیده است.	
مشکل آب، گاز و تمهید خانه در شهرک صنعتی	استقرار طرح های صنایع تبدیلی و ... در شهرک ها به خاطر صرفه جویی در هزینه های مذکور می باشد ولی این مهم به خوبی در شهرک ها انجام نمی شود.	اجرای قانون و الزام شهرک به انجام تعهدات اولی
عدم تیار در قوانین ایجادکننده به ویژه صادرات	بسیار و بی دستورالعمل های صادراتی منوط در زمان های متفاوت و ناهماهجه صادر شدن مجوزات واحدها در حال مستقری طرحی باعث بروز مشکلات و ضرر زمان زیادی برای واحدها گردیده و واحدها مشغول چندین ساله خارج می را از دست می دهند.	تجمع کمیته صادرات و مشاوران قوانین صادراتی و بر صورت مصوبه فوری به حال مجوزات واحدها گردد تا اینکه بکار صادرات قطع شود بطور مثال از ۳۰ مهر سال جاری تکلیف صادرات رب گوجه قطع گردیده است.
نبود کارخانجات باید مثل تولید فولادی و سیمان در منطقه	به دلیل تامین ظروف اولیه مصرفی واحدها از سایر استان ها و تحویل هزینه حمل و نقل بر واحدها باعث افزایش قیمت محصول نهایی و کاهش سود آوری واحد می گردد.	جدا کردن صنایع احداث چنین طرح هایی از طرف صنایع صنعت
از یاد بردن مناطق صنایع تجاری	بردهای تجاری صرفاً متعلق به شرکت های بازرگانی تجاری می باشد و سود تولید کننده نمی باشد و قسمت اعظم بار تولیدکنندگان را بر عهده اند و بد نوعی سود عملی بدون در دسترس و صرفاً بواسطه گری به جیب می زند.	محدود نمودن در صدور بردها از طریق اداره ثبت
اجتناب مالیات از شرکت های زبان ده	در شرایط فعلی اقتصادی و بحث کوتاه مدتی شرکت ها زبان ده بوده و از طرفی چون ماده بخش از ۲۰ سال فعالیت دارند امکان تطبیق کامل به خروج کارگران و انداختن و انداختن مالیات اعلام می نماید که چون کارگر دارند حتماً سود ده بوده و باید مالیات پرداخت کنند.	
قانون برگشت ارز با نرخ انبساطی در صادرات و عهده هم خوانی قیمت فروش کالای صادراتی و نرخ تعیین شده در اسناد تجاری	تجارت و تامین مواد اولیه در نرخ آزاد می باشد ولی برگشت ارز با نرخ انبساطی و از طرفی صورت نقل قیمت رد گویا در اسناد تجاری بخش از قسمت فروش کالا در کشور مقصد می باشد.	
قانون برگشت ارز با نرخ انبساطی در صادرات	تجارت و تامین مواد اولیه با نرخ آزاد می باشد ولی برگشت ارز با نرخ انبساطی از طرفی واحدها حاضر این موضوع معینند و صادرات خود را توسط انبساطی دیگر انجام دهند که مشکلی را برای آنها ایجاد می نمایند.	
بزرگواران دست و پاگیر و نداشتن اداری در دستگاه های تجاری	بطور مثال ایمن صنایع آب به طرح رب گوجه فرنگی دارای محور از صنعت مخزن تجارت سهمیه آب تخصصی می دهد ولی به واحدهای دارای محور از مواد کشاورزی تخصصی تم می دهد و اشکالی بر نمیشد که تخصیص فقط به صنعت داده می شود در صورتی که هر دو صنعت هستند فقط از زمان صادر کننده جواز متفاوت می باشد.	
اجتناب هزینه انبساطی مجدد زیست با وجود خروج شدن از آلاینده های طرف اداره مالیات	اداره محیط زیست اعلام کرده طرح از آلاینده های خارج شده ولی کسانی در ایستگاه آلاینده های محیط زیست در اداره مالیات می باشند.	

مدیریت صنایع غذایی و تبدیلی، موتور پیشران توسعه کشاورزی در راستای تامین امنیت غذایی

توجه نمود.

همچنین با توجه به میزان ارزش افزوده در این صنایع که با ارزش افزوده در صنایع پتروشیمی برابری دارد با جایگزینی صدور این محصولات به جای صادرات قسمتی از نفت، می توان به شکوفایی اقتصادی نزدیکتر شد و در حالی که به نام جهش تولید نام گذاری شده است در راستای تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی نیز بیش از پیش گام برداشته.

مدیریت صحیح تبدیلی و غذایی سازمان جهاد کشاورزی فارس به عنوان موتور پیشرو توسعه کشاورزی همگام با سایر بخش های تخصصی نسبت به تامین امنیت غذایی گام برمی دارد. در این راستا تا پایان مردادماه سال جاری تعداد ۲۲ فقره پروانه بهره برداری صادر شده است که این تعداد و حد صنعتی علاوه بر اینکه نسبت به جذب ماده خرد بیش از ۱۰ هزار تن اقدام می نماید. کاهش صنایع بالغ بر ۱۰ هزار تن را نیز به دنبال داشته است. با بهره برداری از این تعداد واحد صنایع کشاورزی برای ۳۰۲ نفر اشتغال مستقیم ایجاد شده است.

■ پتانسیل موجود برای ایجاد واحدهای صنایع کشاورزی

در حال حاضر، مجموع ظرفیت ایجاد شده فرآوری محصولات کشاورزی از صدور مجوزهای جهاد کشاورزی و سازمان صنعت، معدن و تجارت بیش از ۷ میلیون و ۶۰۰ هزار تن می باشد. با توجه به تولید محصولات کشاورزی از اراضی زراعی، باغی، شیلانی و دسی، بستر لازم از نظر وجود ماده خام به مقدار بیش از ۳ میلیون تن برای ایجاد واحد صنایع غذایی وجود ندارد. همچنین مدیریت صنایع تبدیلی و غذایی نسبت به تهیه سند توسعه صنایع تبدیلی که اولین سند زیر بخشی در کشور می باشد اقدام نموده است که این سند نقشه راه استان برای سرمایه گذاری بخش می باشد دولت با حمایت از سرمایه گذاران با پستی نسبت به تلاش در موقع تسهیلات اقدام نموده تا بوسه علاوه بر ایجاد اشتغال پایدار، راه رسیدن به توسعه در بخش کشاورزی را بیش از پیش هموار سازد.

گسترش و حمایت از این صنعت می تواند نقش حیاتی در توسعه بخش کشاورزی را به دنبال داشته باشد. در این راستا در سال جاری که به نام جهش تولید ترین است تعداد ۱۰۲ طرح با اشتغال ۳۳۳ نفر و مجموع مبلغ ۵۲۳۱۰۴۲ میلیون ریال در ۲۲ شهرستان نطقه استان به بانک های عامل با محوریت بانک کشاورزی برای اخذ تسهیلات از محل منابع پتال تبصره ۱۸ استان، بند الف تبصره ۱۸ تلفیقی و رونق تولید معرفی گردیده اند.

گرد آورنده:

دکتر محبتدین پورساز از پژوهشگران تخصصی صنایع تبدیلی و غذایی سازمان جهاد کشاورزی استان فارس

مشکل عمده تولیدکنندگان بخش کشاورزی در مناطق مختلف، بکتری های نامی و فصلی، از بی رغن محصولات در بازه زمانی معین و همچنین ارتباط ناقص با سایر بخش های اقتصادی است.

با توجه به امر آرایه شده در حال حاضر ۳۰ درصد از محصولات تولیدی بر اثر عوامل گوناگون فیزیکی و شیمیایی ضایع می گردد. برای جلوگیری از ریزش ناشی از ضایعات با استفاده از فروری و صنایع بسته بندی با برنامهریزی و حمایت از این بخش معادیر قابل توجهی از محصولات تولیدی که در مراحل مختلف از بین می روند به ارزش افزوده تبدیل می شوند. فروری بر این با توسعه صنایع تبدیلی می توان گام بهیمن در خصوص کاهش ضایعات محصولات کشاورزی نیز برداشت.

صنایع تبدیلی با توانایی ایجاد شغل های جدید و همچنین ایجاد ارزش افزوده، ایجاد اشتغال، افزایش درآمداری و استفاده بیشتر و مناسب تر از محصولات تولیدی علاوه بر اینکه از اتلاف محصولات تولید شده جلوگیری کند سبب توسعه پایدار بخش کشاورزی نیز می گردد.

صنایع تبدیلی کشاورزی با دارا بودن زیر گروه های مختلف نانی، شیلانی، باغی، زراعی و... با تکیه بر فناوری های جدید و ایجاد نوع تر محصولات تولیدی، سبب رشد صنعت گرد شده که بهبود وضعیت اقتصادی را به دنبال خواهد داشت.

با توجه به ارتباط خاص اقتصادی کشاوری و بخش های موجود لازم است گام های استوارتری در جهت بهبود وضعیت اقتصادی برداشته شود و به دنبال راهکارهای قابل اجرا برای ایجاد درآمد آوری برای کشور بود.

در استان فارس معیار قابل توجهی محصولات کشاورزی تولید می شود و از این نظر دارای رتبه دوم در کشور می باشد. به طوریکه استان فارس در تولید محصولات باغی رتبه اول، رتبه دوم در تولید محصولات زراعی و از نظر تولید محصولات دامی در رتبه چهارم کشور قرار دارد که به موارد جایگاه های ذکر شده بایستی صنایع تبدیلی تکمیلی ایجاد شده تا ارزش افزوده بیشتری در استان ایجاد گردد و به رونق اقتصادی استان و پایداری کشاورزی کمک شود. از این رو توسعه صنایع تبدیلی و تکمیلی برای استفاده هر چه بیشتر از محصولات کشاورزی به عنوان یکی از اهداف چشم انداز و اولویتهای پایه در دستور کار قرار گرفته است. به نحوی که با توجه به مزایای صنایع کشاورزی در استان جایگاه صنایع کشاورزی همساز از نظر ظرفیت و محدوده فرآوری و جذب ماده خام رتبه چهارم به رتبه دوم کشور ارتقا یافته است.

ایجاد صنایع کشاورزی در فرایند توسعه نقش کلیدی داشته و در صورتی که به صنعت کشاورزی به عنوان یکی از حلقه های مهم، تعبیه و تولید نگاه شود این صنعت می تواند در کنار سایر صنایع و یا حتی برتر از آن ها در جهت رشد اقتصادی در بعد کلان کشور گام برداشته و جایگزین صنایع گردد که نتواند از آوری مناسب را به دنبال داشته باشد بنابراین پتانسیل مناسبی وجود دارد که بتوان به صنایع کشاورزی بیش از پیش



افتتاح کارخانه آب معدنی آبشار دنا در روستای حاجی آباد، بخش سده

نفر افتتاح نمود، و در ادامه طرح توسعه این مجموعه توسط استاندار فارس کلنگ رسی شد سپس از کارخانه آرن افلید تولید کننده آرن گنده و سیوس خللات با میزان ظرفیت تولید سالانه ۷۲ هزار تن و سرمایه گذاری بیش از ۲۵ میلیارد تومان و اشتغال بیش از ۳۰ نفر در این شهرستان بازدید و ضمن بازدید از سلوها و قسمت های مختلف تولید، در جریان مسائل و مشکلات این واحد تولیدی فر رگرفت و تصمیماتی در راستای حل مشکلات این واحد اتخاذ نمود.

سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس - خرداد ۱۳۹۹

شهرستان اقلید توسط استاندار فارس، به اتفاق رئیس سازمان معدن فارس پنجشنبه بیست و نهم خردادماه ۱۳۹۹ دکتر عنایت‌الله رحیمی استاندار فارس و معاونین به اتفاق مهندس حمیدرضا ایرادی رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان و معاونین ایشان، دکتر مسلم صالحی نماینده مردم قلید در مجلس شورای اسلامی - حلیل بزگئی فرماندار شهرستان، معذنی؛ مدیران دستگاه های اجرایی نس و شهرستان، سرمایه گذاران، کارآفرینان و فعالین اقتصادی کارخانه آب معدنی دنا آب، آبشار تولید کننده انواع آب معدنی در روستای حاجی آباد شهرستان اقلید را با میزان ظرفیت سالانه ۷۲ میلیون لیتر، سرمایه گذاری ۲۵ میلیارد ریال و اشتغال بیش از ۳۰

صدور ۱۴ پروانه بهره‌برداری صنایع کشاورزی در فارس

۲۳ هزار و ۵۸۰ تن، یک واحد صنعتی فرآوری و بسته بندی گیاهان دارویی با جذب ماده خام ۶۵۰ تن و سایر صنایع با جذب ماده خام ۱۶۵ هزار و ۹۵۷ تن در دستور کار قرار دارد.

وی اظهار کرد: در سال جهش تولید - از زمان ایجاد کشاورزی استان فارس، با حمایت از سرمایه گذاران و ارائه مشوره های اجرایی خرج در زمین احداث واحد صنعتی و پس از تولید در کنار سرمایه گذار بوده و پیگیری های مبره نیاز به منظور جذب تسهیلات انجام می دهد و در صورت ایجاد تسهیلات به جلاج سرمایه گذاران بستینه خواهد شد. حقیقت در خانمه سخنان خود یادآور شد صنایع کشاورزی در استان فارس دارای پتیه دو ده از نظر ظرفیت و جذب ماده خام ست.

سازمان جهاد کشاورزی استان فارس - مرداد ۱۳۹۹

رئیس اداره بررسی طرح های صنعتی مدیریت صنایع تبدیلی و غذایی سازمان جهاد کشاورزی استان فارس گفت: تا پایان تیرماه سال جاری، ۱۴ فقره پروانه بهره برداری واحدهای صنایع صادر شده است که ظرفیت ۴۱ هزار تن جذب ماده خام دارد و کاهش ضایعات بالغ بر ۹۰۰۰۰ تن ماده دسل خواهد داشت. از فارس واحد صنعتی مدیریت صنایع تبدیلی و غذایی سازمان جهاد کشاورزی استان فارس، لیلا حقیقت اخروید، با بهره برداری رسیدن این تعداد واحد صنایع کشاورزی ۱۱۷ نفر اشتغال مستقیم ایجاد شده است.

وی تصریح کرد: در سال جاری به بهره برداری رسیدن ۶۳ جوار باسیس با ظرفیت جذب ماده خام ۲۷۱ هزار و ۱۳۵ تن در دستور کار قرار داد این مقام مسئول خاطر نشان کرد: این واحدهای صنایع ۲۵ واحد سردخانه و انبار سرد به ظرفیت ۷۱ هزار و ۴۷۰ تن، ۱۴ واحد صنایع بسته بندی با جذب ماده خام



تشکیل پرونده ۶ میلیاردی فروش اجباری برای ۳ شرکت پخش مواد غذایی

رئیس اداره بازرسی و مبارزه با قاچاق کالا سازمان صحت استان فارس از تخلف نزدیک به ۶ میلیارد ریالی فروش اجباری ۳ شرکت پخش در شیر زجر داد. به گزارش روابط عمومی سازمان صحت فارس، حمید زرع با علام بن حیر گفت: بر اساس گزارش های تردستی برخی شرکت های پخش مواد غذایی، سوپرمارکتها را مخبور می کردند در کنار خرید روغن خوراکی به خرید کالاهای دیگر از جمله رب گوجه قرمزی، کن ماهی، چغندر، مواد شوینده و... بر داند. وی اظهار داشت: با توجه به دریافت این گزارش، بررسی این موضوع در دستور کار سازمان قرار گرفت و طی تحقیقات به عمل آمده مشخص شد ۳ شرکت پخش به فروش اجباری کالا در زیر فروش روغن به معارف نارمان همام می کنند که پرونده تخلف بری آنها تشکیل و برای رسیدگی به اداره کل تعزیرات حکومتی استان راجع شد. به گفته زرع میزان تخلف این ۳ شرکت بیش از ۵ میلیارد و ۹۷۸ میلیون ریال برورد شده است. رئیس اداره بازرسی و مبارزه با قاچاق کالا سازمان صحت فارس ضمن تأکید بر تماس مصرف کنندگان برای هر گونه تخلف اقتصادی با سامانه ۱۲۴، از مدیران واحدهای صنفی خواست در صورت مشاهده فروش اجباری کالا توسط شرکتهای پخش و مورعین، موارد را از طریق تلفن ۱۲۴ سند خبثی این سازمان اطلاع نادر اسرع وقت مورد بررسی قرار بدهد. سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس - شهریور ۱۳۹۹

امکان اصلاح جواز تاسیس صنایع تبدیلی و غذایی در سامانه پنجره

کارشناس زراعی مدیر ست صنایع تبدیلی و غذایی سازمان جهاد کشاورزی استان فارس گفت: به منظور بهبود فضای کسب و کار و تسهیل در روند سرمایه گذاری به پیشنهاد و پیگیری این مدیریت امکان اصلاح جواز تاسیس بر اساس نوع فعالیت و میزان ظرفیت در سامانه پنجره لحاظ گردید. به گزارش روابط عمومی مدیریت صنایع تبدیلی و غذایی سازمان جهاد کشاورزی استان فارس، زینب نوبهار افزود: این امر می تواند در سال جهش تولید نام موثری در تسریع و هموار نمودن شرایط سرمایه گذاری را با توجه به بازار مصرف و درخواست متقاضی فراهم آورد. وی بیان کرد: با توجه به اهمیت موضوع و کاهش روند صدور مجوزهای صنایع تبدیلی پیگیری های آنرا جهت اصلاح پروانه بهره برداری بر اساس نوع فعالیت و افزایش ظرفیت نیز در دست بررسی و امید است که این مهم نیز در دستور کار وزارتخانه مسود قرار گیرد.

سازمان جهاد کشاورزی استان فارس - خرداد ۱۳۹۹

جهش و رونق تولید در کارخانه قند کوار

در تولید شکر کشور دارد. سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس - اردیبهشت ۱۳۹۹

به گزارش خبرگزاری صدا و سیما، مرکز فارس، با ورود بخش خصوصی و اعتبار مالی مناسب طرح جدید کارخانه قند کوار دوباره جرحید و در سال جهش تولید صنعتان و کارگران این کارخانه همه پای کار آمدند و طعم روزهای تلخ این کارخانه را شیرین و سرسبزتر کردند. این کارخانه با تبدیل روزانه ۱۵۰۰ تن چغندر خرد و تصفیه ۴۰۰ تن شکر خام سیاه ۱۰ درصدی

بازار تخم مرغ زیر ذره بین بازرسان نظارت بر بازار تشدید می شود

پنجه و در همین راستا برای ۲ هزار ۶۷۰ واحد صنفی محله، برنگه گزارش بازرسی به ارزش ریالی بالغ بر ۲ میلیارد و ۴۰۰ میلیون تومان تنظیم شده است. همچنین در این باره ریالی تعداد بازرسی های انجام شده در خصوص کالای تخم مرغ ۲۶ هزار ۳۰۰ مورد بوده و برای ۲ هزار ۱۴۳ متخلف صنفی، گزارش بازرسی ریالی حدود یک میلیارد و صد میلیون تومان تنظیم و به مراجع رسیدگی کننده ارسال شده است. لازم به توضیح است: روند نظارتی و تشدید بازرسی ها روی اقلام کالایی مرغ و تخم مرغ در نیم پیش روی در سراسر کشور ادامه دارد و همسرمان با گزارشات مردمی از طریق تلفن ۱۲۴، در سریع وقت به صفحات صنفی مرتبط رسیدگی و اعمال قانون می شود. وزارت صنعت، معدن و تجارت - شهریور ۱۳۹۹

عملکرد بازرسی و نظارت بازرسی های صنعت، معدن و تجارت استان فارس پنج دهه و ن اسل در خصوص تنظیم بازار کالای مرغ و تخم مرغ اعلام شد که بر این اساس تعداد بازرسی های انجام شده در این مدت مجموعاً ۷۷ هزار و ۳۳۹ مورد بوده است. به گزارش شان، سایر این گزارش و ما بوجد بدستده بازرسی های مرتبط با این اقلام کالایی که از ابتدای سال در چندین مرحله به عنوان نوبت بازرسی تعیین شده بودند تعداد کل پرونده های مشکوک برای تخلفات مرتبط با عرضه مرغ و تخم مرغ در سراسر کشور ۴ هزار و ۸۱۲ مورد بوده است. ارزش ریالی کن پرونده های مشکوک و برنگه های گزارش بازرسی در ۵ ماهه نخست سال بالغ بر ۲ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان بوده است. تخم مرغی از آنده شده از سوی سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان، تعداد بازرسی گوشت مرغ در پنج دهه نخست اسال، ۴۸ هزار و ۴۰۹ مورد

صادرات شیرخشک و محصولات لبنی مشمول پرداخت عوارض می‌شود

بازار سازمان توسعه تجارت مکلف شد به فوراً، ممنوعیت صادرات خامه را نیز به مرحله اجرا بیاورد. وی گفت: این تصمیم با توجه به تشریح پذیری بازار شیر و لبنیات کشور از تقاضای صادرات شیر خشک و خامه اتخاذ شده است. این مقام مسئول تاکید کرد: سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان مکلف است نسبت به تعیین سقف قیمت کره داخلی اقدام و گزارش این را جهت طی مراحل تصویب به کارگروه تنظیم بازار ارسال کند. وی در پاسخ به این سوال که آیا خبر ممنوعیت ورود کره به کشور و قیمت‌دارت با حیرت‌انگیز ۷ گوسفند واردات کره به کشور ممنوع نیست و این تغییرات قیمتی، همدان طور که اشاره کرده تحت تاثیر تغییر ارزش مبنای واردات از ۴۶۰۰ تومانی به ارزش جدید است.

کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران - شهریور ۱۳۹۹

صبر ساد تنظیم بازار، ممنوعیت صادرات بازر، سازمان توسعه تجارت را مکلف کرده است نسبت به تعیین عوارض برای صادرات شیر خشک اقدام کند به نقل از وزارت صنعت، معدن و تجارت. محمدرضا گلنامی اظهار داشت: مدت‌هاست کره از فهرست دریافت ارز ۴۶۰۰ تومانی واردات خارج شده است، اما به توجه به اینکه ذخایر کره و دامنی ما این ارز در کشور وجود داشته، نقات کافی و کامل بر توزیع این ذخایر با قیمت‌هایی معارف و متناسب بازار ۴۶۰۰ تومانی صورت گرفت. صبر ساد تنظیم بازار افزود: حالا تا ما پایان ذخایر کره بازار ۴۶۰۰ تومانی، تاثیر تغییر ارزش مبنای واردات بر بازار روشن شده است، البته ستاد تنظیم بازار سازمان توسعه تجارت را مکلف کرده است به فوریت نسبت به تعیین عوارض صادراتی برای شیرخشک و محصولات لبنی اقدام کند به گفته وی با تصویب ستاد تنظیم

جهش صادرات محصولات خشکبار

۲۱ درصد از نظر ارزشی و ۱۱ درصد از نظر وزنی، کمتر از ۲۵ درصد از نظر ارزشی و ۴۲ درصد از نظر وزنی و بیش از ۲۲ درصد از نظر ارزشی و ۱۶ درصد از نظر وزنی افزایش داشته است. وی عنوان کرد: روند جهش صادرات افزایش نظیر پسته با توجه به کشایش و روان سازی انجام شده در سینه‌های بازگشت و صادرات اتفق فزاینده که ضروری است برای حمایت از این زیربخش مهم بخش کشاورزی و استمرار رشد صادرات آن، گیاهان کمکی‌ها و مش‌جو‌های لازم به صادرکنندگان فعال، معیبر و سهم‌این بخش برای تسریع و تسهیل برنامه‌ریزی صادرات، ارائه شود.

سازمان توسعه تجارت ایران - مرداد ۱۳۹۹

سال گذشته خوشبختانه صادرات انواع خشکبار به برابری هدف صادراتی طی ۴ ماهه نخست سال جاری ۵۲ درصد از لحاظ وزنی و ۴۲ درصد از لحاظ وزنی با رشد مواجه بود که این میزان صادرات معدل ۲۱ درصد از ارزش کل صادرات محصولات کشاورزی و صنایع غذایی در این دوره است. بازاری تاکید کرد: در حال حاضر صادرات خشکبار ایران به بیش از ۶۰ کشور هدف صورت می‌پذیرد که نشان‌دهنده قابلیت‌های صادراتی ایران در شرایط تحریرهای بین‌المللی است. مشیر کل دفتر همکاری صنایع محصولات کشاورزی و صنایع تبدیلی سازمان توسعه تجارت ایران اظهار داشت: صنایع کشاورزی کارشناسی شده سازمان توسعه تجارت ایران طی ۴ ماهه نخست سال جاری در مقایسه با مدت مشابه سال قبل صادرات بسته و مغز بسته

مدیر کل دفتر همکاری صادرات محصولات کشاورزی و صنایع تبدیلی سازمان توسعه تجارت ایران از جهش صادرات محصولات خشکبار طی ۴ ماهه نخست سال جاری خبر داد. در گزارش روابط عمومی سازمان توسعه تجارت ایران، محصول بازاری به میان این مطالب گفت: بر اساس آمارهای کارشناسی شده سازمان توسعه تجارت ایران، طی چهار ماهه فروردین لغایت فروردین سال جاری، صادرات اقلام خشکبار کشور رشد بسیار خوبی داشته است که در صورت رفع چالش‌ها و موانع برای صادرات و تسهیل حمل‌دری و وزنی محصولات، با توجه به پیش‌بینی‌های تولید در سال جاری، جهش قوی ملاحظه‌ای در صادرات خواهیم داشت. وی افزود: در نیمه شروع و پرمی کره و نیز بسته شدن مرزهای زمستانی، جمله دیگر که در اواخر

چین بزرگترین واردکننده گوشت از روسیه شد

این شرکت در حال مذاکره برای عرضه گوشت چوک به چین است که بزرگترین مصرف‌کننده گوشت چوک در جهان می‌باشد. داده‌های گمرک نشان می‌دهد که صادرات موانع غذایی و محصولات کشاورزی روسیه به چین از نیمه تا ماه می ۲۵ درصد افزایش داشته و بالغ بر ۱۸۰ میلیون دلار شده است.

فوتونا، شبکه خبری صنایع غذایی ایران - مرداد ۱۳۹۹

داده‌های بانک کشاورزی روسیه نشان می‌دهد در ۶ ماه نخست امسال صادرات گوشت از این کشور بیش از دو برابر و چین بزرگترین واردکننده گوشت از روسیه شده است. بر طبق این داده‌ها چین از اوکراین جلو رفته و به بزرگترین واردکننده گوشت از روسیه تبدیل شده است. از مجموع وزنی این صادرات گوشت ۴۵ درصد به چین و ۵۵ درصد به هنگ‌کنگ ارسال شده‌اند. تحلیلگران توضیح دادند که صادرات روسیه عمدتاً به دلیل افزایش عرضه گوشت مرغ فزاینده بوده است، چین در این مدت به خرید گوشت مرغ و همچنین گوشت گاو محدود نامه می‌داند. این خبر کشور روسیه شرکت موانع‌کننده گوشت روسی به دنبال گسترش حضور خود در بازار چین است.



کاهش قیمت جهانی مواد غذایی بخاطر کرونا

دانه درشت ر حمله ذرت به دلیل کاهش تقاضای برای خوراک دام و تولید سوخت زیستی، ۱۰ درصد کاهش یافت. فلو بیش بین خود از تولید غلات در سال ۲۰۱۹، ۲ تغییر نیفتاد و همچنان ۲۷۶۰ میلیارد تن پیش بینی می کند اما پیش بینی خود از مصرف غلات در سال ۲۰۱۹-۲۰۲۰ را به دلیل تأثیر ویروس کرونا بر روی اقتصاد به میزان ۲۴۷ میلیون تن کاهش داد. فلو همچنان تخمین می زند که خود از عرضه و تقاضای جهانی گندم در فصل بازاریابی ۲۰۲۱-۲۰۲۰ را رونمایی و پیش بینی کرد که تولید جهانی به ۷۶۲۶ میلیون تن می رسد که تا حدود زیادی مطابق به سطح تولید سال ۲۰۱۹ خواهد بود. این سازمان بر دانش کمتر در اتحادیه اروپا، شمال آمریکا و کره ای و استرالیا پیش بینی کرد که با برداشتم بیشتر در استرالیا، فرارستان، روسیه و هند جبران خواهد شد بر اساس گزارش روتترا، انتظار می رود مصرف جهانی گندم در سال ۲۰۲۱-۲۰۲۰ ثابت بماند و افزایش مصرف مواد غذایی کاهش مصرف صنعتی و خوراک دام را جبران کند.

خبرگزاری ایسا اردیبهشت ۱۳۹۹

بشود تقاضای واردات چین، توانست افت شدید تقاضای کشورهای دیگر را جبران کند، ۲۷ درصد کاهش پیدا کرد. فلو همچنین اعلام کرد کشورهای تولید کننده بزرگ ماست کلاب لاکتیک روبرو شده اند و فرطیه در بسیاری از کشورهای باعث کاهش شدید فروش شده است. اوپالی تاکنی آرات جیلانج، اقتصاددان ارشد فلو در این باره گفت: این روندی به هر دو بخش علقات و عرضه گوشت اسب زده است زیرا تعطیلی رستورانها و کاهش درآمد خنوارها به مصرف کمتر منجر شده و از سوی دیگر، کمبود کارگر در کارخانه های گوشت روی سیستم تولید نه تنها گذاشته است شاخص قیمت غلات در سراسر ما سراسر شاخصهای قیمت فلو کاهش جزئی دانست زیرا قیمت های بین المللی گندم و برنج رشد قابل ملاحظه ای کرد اما قیمت ذرت کاهش پیدا کرده است. قیمت برنج در آوریل ۷.۲ درصد نسبت به مارس افزایش یافت که تا حدود زیادی به دلیل محدودیت های موقتی صادرات زرد و سیاه بود. قیمت گندم هم به دلیل تعیین سهمیه صادرات از سوی روسیه، ۵.۲ درصد رشد کرد اما قیمت غلات

جدیدترین گزارش سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد (فائو) نشان داد که قیمت جهانی مواد غذایی تحت تأثیر تبعات اقتصادی و لجستیک پاندمی ویروس در ماه آوریل برای هوسین ماه سنوایی کاهش پیدا کرده است. به گزارش ایسا، شاخص قیمت غذای فائو که تغییرات ماهانه سیدی از غلات، دانه های روغنی، محصولات لبنی، گوشت و شکو را بررسی می کند، در اپریل به ۱۶۵ واحد رسید که ۲.۴ درصد در مقایسه با مارس کاهش داشت. شاخص قیمت شکر هنوز در ماه میلادی گذشته که شیوع ویروس کرونا به تقاضا خرید زرد و کاهش قیمت های نفت، تقاضا برای شکر به منظور تولید اتول را تضعیف کرد، به پایین ترین حد در ۱۳ سال اخیر نزول کرد و ۱.۶ درصد در مقایسه با مارس کاهش یافت. شاخص قیمت روغن های خوراکی فائو به دلیل افت قیمت های روغن پالم، سویا و کنوا در آوریل ۵.۲ درصد کاهش پیدا کرد. شاخص قیمت لبن در ماه میلادی گذشته به دلیل کاهش در همی قیمت کره و شیر خشک، ۲.۶ درصد نزول کرد. شاخص قیمت گوشت فائو پس از این که

شکوفایی پت بازیافتی در صنعت بسته بندی جهان

در زمانی که بلافاصله یک ویدئو به منشی های بلافاصله شکوفایی هر روز شکر محبوبیت خود را از دست می دهند که برده های PET بازیافتی از بطری گره ت لوله و کارتن، هر روز در حال پیشرفت و شکوفایی است. به نقل از سایت خبری تحلیل بکجیبتنگ دا بهجت، ما توجه به میزان نوآوری و کسب بازار مربوط به این ماده، بنظر می رسد PET بازیافتی را می توان به عنوان پلاستیک سال ۲۰۲۰ انتخاب کرد.

امروز چیزی بین نفع های منفی سالی گذشته در بازار مصرف پلاستیک برای محیط زیست در روزنامه های این ماده در سال ۲۰۲۰ از دیدگاه بسیاری یک انتخاب ضد فرهنگ محسوب می شود، از این رو برخی برندها به سبب استفاده از مواد بسته بندی های مانند بطری های انومینومی یا حتی کاغذی حرکت کرده اند، سایرین به نظر می آید که فواید استفاده از PET بازیافتی در عصر رساند آگاهی زیست محیطی، در می یابیم که چرا محبوبیت آن با وجود کم ترش حساسیت ضد پلاستیک در حال رشد است. گفتنی است طبق تحقیقات منتشر شده از سوی گروه مشاوره و تحقیقات اکومن (Acumen)، ارزش بازار جهانی PET برای دوره ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۶ با نرخ رشد ترکیبی سالانه ۸ درصد حدود ۱۲.۵ میلیارد دلار برآورد شده است.

پایگاه خبری کانون انجمن های صنایع غذایی ایران - شهریور ۱۳۹۹

دور کاری کارمندان مصرف قهوه در جهان را کاهش داد

در حالی که پاندمی ویروس کرونا دنیای ما را به دنیای کار از خانه تبدیل کرده است، رسم کافه رفتن در میان روز برای تأمین کافئین روزانه گوی میتحقق به گذشت های فراموش شده است.

به نقل از بلومبرگ انگلیسی، هر چند که میزان مصرف خانگی قهوه بالا رفته باشد، نمی تواند کاهش شدید مصرف قهوه کارمندان را جبران کند. وزارت کشاورزی آمریکا پیش بینی می کند مصرف جهانی قهوه انسان برای اولین بار از سال ۲۰۱۱ افت کند. این در حالی است که بازار خانه ملدن افراد به علت ماندن کرونا میزان خرید قهوه از سوپرمارکت ها به شدت افزایش یافته است. تعطیل کافه ها و رستوران ها که معمولاً ۲۵ درصد تقاضای قهوه جهانی را تشکیل می دهند تأثیر زیادی بر بازار بین محصول تازه و معکوس است. برآورد این تقاضا استی حول یکشنبه برخی از کفها اعلام کردند که بازار کسبایی کامل آنها ممکن است حتی به سال بعد نرسد. طبق تخمین ۵۰ درصد از مصرف کنندگان سبکترین ۸۰ بیس از ۶۵ درصد بازار خارج از خانه قهوه در جهان ما وجود پاندمی کرونا برای مدتی تعطیل شده است. حتی بازار کسبایی کفها ما سبیل محدود شده و ویژه کرونا، طریقیت آنها محدود مانده است. پیشی گروه تخمین زده است که قیمت پیش خرید هر پوند قهوه عربیکا در نیمه دوم امسال ۱۰ درصد سقوط کرده و به ۹۰

سخت برسد.

پایگاه خبری کانون انجمن های صنایع غذایی ایران - تیر ۱۳۹۹

مناسبت های غذایی فصل پاییز - سال ۱۳۹۹

۴ مهر: روز صبحانه مفصل

خوردن صبحانه، سوخت و ساز بدن را بهبود می بخشد و در واقع، این وعده غذایی، مهم ترین وعده روزانه است. صبحانه مفصل، متابولیسم و سوخت و ساز بدن را افزایش می دهد، ولی صبحانه اندک چنین تاثیر مثبتی ندارد. حتی این امر آن است که جذب کربوهیدرات، چربی و پروتئین باید در صبحگاهان سریع تر باشد. در واقع باید برای صبحانه وقت گذاشت. خوردن یک صبحانه مفصل می تواند به افراد کمک کند که دو برابر بیشتر از حد معمول کالری بسوزانند و این امر مانع چاق شدن بیش از حد افراد شود. به بیماران چاق و همچنین افراد سالم توصیه می شود یک صبحانه مفصل به جای یک نام مفصل میل کنند. افزایش قند خون و غلظت لیپوپروتئین پس از خوردن یک صبحانه مفصل در نماینده های ما یک پیام بر کالری، کاهش می یابد.



۹ مهر: روز جهانی قهوه

قهوه به عنوان یکی از نوشیدنی های معتبر و پر مصرف در سطح جهان دارای خواص و فواید بسیاری است که باعث شده در گذر زمان جایگاه خود را در برنامه غذایی بسیاری از مردم جهان حفظ کند. از آن جایی که اکثر مردم به خواص قوی قهوه یعنی نشاط و انرژی افزایش تمرکز و هوشیاری توجه بیشتری دارند در نتیجه از فواید قهوه بر سلامتی بدن در دراز مدت بی اطلاع هستند. در حقیقت قهوه یک نوشیدنی ولعناصالم است. این نوشیدنی، سرشار از آنتی اکسیدان ها و مواد غذایی مفیدی است که می توانند در بهبود سلامتی شما معیار باشند. آنتی اکسیدان ها نقش مهمی در پیشگیری از سرطان، پیری پوست و غیره دارند. آزمایش های کنترل شده ی بسیار روی انسان ها، نشان می دهد قهوه، چربی های مضر را از بدن حذف می کند و به کاهش وزن کمک می کند. از آنجایی که قهوه به کاهش وزن کمک می کند.



۱۰ مهر: روز جهانی گیاه خواران

اصطلاح گیاه خواری اولین بار به معنای رژیم غذایی سبزیجات استفاده شده است. گیاه خواری به معنای عمل مخالفت با مصرف گوشت و می تواند شامل کنار گذاشتن محصولات جانسی ناشی از کشتار حیوانات نیز باشد. نام گذاری روز جهانی گیاه خواری با هدف رواج گیاه خواری، آگاهی بخشی به مردم نسبت به این شیوه از غذا، احترام به حیوانات و ترویج فرساده های مفید زندگی در گیاه خواری است. از فواید گیاه خواری می توان به این موارد اشاره نمود. به کاهش احتمال ابتلا به انواع سرطان، کاهش میزان کلسترول، تناسب اندام و کاهش وزن و جلوگیری از چاقی، بهبود بیماری های قلبی، تنظیم فشار خون، جلوگیری از ابتلا به دیابت، جلوگیری از ابتلا به سنگ گند، سنگ کیسه صفرا، افزایش سلامت عمومی بدن و در نتیجه عمر طولانی تر.



۲۱ مهر: روز جهانی تخم مرغ

تخم مرغ یکی از معدود غذاهایی است که می تواند نیازهای بدن را بطور متعادل تامین نماید. تخم مرغ شامل ترکیبات کاملی از پروتئین است و حاوی مولتی ویتامین، کالکلیوم، لوتئین و کاروتین می باشد که نقش عمده ای در تکامل مغز جنین و نوران دارند و از گوری و اثر ایمن جلوگیری می کند و موجب تقویت سیستم عصبی می شود. مصرف تخم مرغ در زنان باردار و شیرده، کودکان و نوجوانان در حال رشد، ورزشکاران و کلیه بزرگسالان سالم و همچنین در دوران پس از بیماری بدلیل ارزش غذایی بالا ضروری است. مصرف یک تخم مرغ در روز در این افراد بلا مانع است. گرچه در برخی شرایط باید در مصرف تخم مرغ ملاحظاتی صورت پذیرد. متأسفانه سرانه مصرف تخم مرغ در کشور ما از اندازه جهانی پایین تر است.



۲۹ مهر: روز جهانی سیب

نقش سیب در سلامت بدن نه تنها به دلیل ویتامین‌ها و مواد معدنی و فیبر است، بلکه آنتی‌اکسیدانها و فیتونوترینوتها می‌موند. در این سبب در تندرستی بسیار موثرند. سیب منبع عالی آنتی‌اکسیدان‌های قوی می‌باشد. مثلاً، درخت سیب در شرق اروپا و جنوب غربی آسیا بوده است. سیب از قدیم به خاطر تری که روی تعمیر کردن و پاک‌سازی سیستم‌های بدن دارد بسیار پر طرفدار بوده و در طب چینی از آن برای کاهش گرما و داشتن اثر خنک‌کنندگی روی ریه‌ها استفاده می‌شده است. سیب منبع خوبی از قشر غذایی، بتاکسول و ویتامین‌ها (ب)، (ج)، (د)، (ک)، ویتامین (ک)، و بتاکسول می‌باشد. در عین حال منبع متوسط ویتامین‌های (ب)، (د)، (ک)، و بتاکسول می‌باشد.



ویتامین‌های (ب)، (د)، (ک)، و بتاکسول
معدنی فسفر و منیزیم می‌باشد.

۲۵ مهر: روز جهانی غذا

غذایمانند آب و هوا بشوایه زندگی بشر است و بدون آن قادر به ادامه زندگی نخواهیم بود. سقراط می‌گوید: "باشد که خوراک، دوایتان باشد و دوایتان خوراکتان". این جمله نشان می‌دهد که مواد غذایی اهمیت زیادی دارد و از سعاده از برنامه غذایی سالم باعث می‌شود شما از خوردن دارو پیشگیری کنید.

هر غذایی چند نوع ویتامین دارد که می‌تواند برای سلامت بدن مفید باشد. شاید شما هم مانند بسیاری از افراد دیگر هرگاه کالری کم، تغذیه نامناسب، لاغری و کمبود وزن شدید می‌کشید، خوب است بدانید بدن انسان به دو منظور اصلی نیاز به مواد غذایی دارد. یکی برای تأمین انرژی به منظور انجام فعالیت‌های روزمره و

دوم به منظور تأمین مواد اولیه برای رشد و نمو و ترمیم بافت‌های فرسوده.



۴ آبان: روز جهانی پاستا

۲۵ اکتبر روز جهانی پاستا است و ایتالیا جزو شناخته‌شده‌ترین کشورهای صادرکننده این محصول است. امروزه پاستا یکی از مشهورترین غذاهای ایتالیایی و از جمله محبوب‌ترین غذاهای دنیا است. پاستا در ایتالیا از دستان سمولینا تهیه می‌گردد و در کشورهای مختلف مصرف می‌شود. دستور غذایی‌های مختلف و متنوعی از بین غذا وجود دارد حتی هر کس می‌تواند با اضافه کردن مواد غذایی دلخواه، پاستای ویژه خود را آماده کند. پاستا شامل مواد معدنی، ویتامین و پروتئین می‌باشد و جرم و کربوهیدرات‌ها است. استفاده از آن برای بچه‌هایی که تخم مرغ استفاده نمی‌کنند مناسب است. همچنین برای ورزشکاران حاضر وجود انرژی زیاد توصیه می‌شود. به علت زود هضم بودن می‌تواند به عنوان شاه‌سبک استفاده گردد. محبوب‌ترین نوع پاستا: ماکارونی، پنه و اسپاگتی است.



۱ آبان: روز جهانی آجیل

احتمال دستیابی از خشکبار محسوب می‌شود و از دیرباز جزو فرهنگ ایرانی بوده است. به صورت کلی بخش عمده‌ای از آجیل را میوه‌های روغنی تشکیل می‌دهند که پوست سخت دارند. تولید و خواص انواع آجیل و خشکبار تقویتی برای درمان انواع بیماری‌ها و پیشگیری از آن‌ها از قرن‌ها پیش توسط پزشکان اثبات شده است. انواع آجیل حاوی حجم بالایی از اسیدهای تک و چند زنجیره‌ای، منبع هستند و در نتیجه نقش مهمی در کاهش کلسترول بد بدن و افزایش چربی‌ها و کلسترول خوب بدن دارند. آجیل خام در مقایسه با آجیل بوداده، خواص بیشتری دارد. مواد معدنی: چربی، ویتامین و دیگر مواد مفید در آجیل خالص حفظ می‌شود. شما می‌توانید با خوردن چند حبه بادام و گردو نیاز روزانه‌ی بدن‌تان را به منیزیم و کلسیم و فسفر تأمین کنید.



۴ آبان: روز جهانی غذای چرب

در حالی که غذاهای چرب می توانند بسیار لذت بخش باشند، اما هم در کوتاه مدت و هم در طولانی مدت نه تنها به جسم آسیب می رسانند بلکه روی روان هم تاثیر سوء دارند. این غذاها معمولا از نظر کالری، چربی، نمک و کربوهیدرات تصفیه شده بسیار سرشار هستند. اما از نظر فسر، ویتامین ها و مواد معدنی فقیر هستند در اثر مصرف غذاهای چرب ماده های شیمیایی در معده تولید می شود که سبب اعتیاد فرد به این نوع غذاها می شود و پس از مدتی باعث افت خلق و افسردگی می شود. در واقع اسیدهای چرب غیر مفید موجود در این دسته از مواد غذایی پروتئین های موجود در مغز را مسخونس تغییر می کنند و پس از منجر به دگرگونی های احساسی می شوند. غذای چرب از عوامل محرک ریج در ایجاد رفلاکس اسید معده و سوزش معده است.



۵ آبان: روز کدو تنبل

کدو تنبل شیرین مزه است و پوست آن ضخیم و گوشتی است و از آن می توان برای تهیه سوپ یا کیک استفاده کرد. همچنین برگ های گیاه کدو تنبل و حتی گل آن هم مصرف خوراکی دارد. کدو تنبل غنی از ویتامین C، A، E می باشد. همچنین حاوی کاروتنوئید است که این ترکیبات نشی گندانی برای مقابله با سرطان، بیماری های قلبی عروقی و یا افتاب سوختگی موثرند. نتایج پژوهش های پیدمیولوژیک نشان می دهد که رابطه ای بین مصرف سبزیجات سرشار از کاروتنوئیدها و کاهش سرطان به ویژه سرطان پروستات، سینه و کولون وجود دارد. دانه های کدو تنبل منبع تامین فیبر و اسیدهای چرب اشباع نشده و مفید برای قلب هستند. همچنین تاثیر بسیار زیادی در کاهش التهاب مفاصل دارد و بر عکس داروهای ضد التهاب، هیچگونه عوارض و مضرتی ندارد.



۱۴ آبان: روز جهانی ساندویچ

ساندویچ نوعی غذاست که شکل ساده آن از سبزیجات، برش های گوشت، پنیر یا سایر مواد غذایی در لایه های دو برش نان تهیه می شوند. این نوع خوراک، در قرن ۱۸ میلادی به خاطر "جان مونتاگو، اربل چهارم ساندویچ" به این نام در مدونه مرور خوردن ساندویچ در تمامه قاره اروپا همه گیر شد. ساندویچ با شروع جنگ جهانی دوم به صورتی خاصه ای ثبت شد و در جنگ حضور بسیار گزیردی داشت. نوع زیادی ساندویچ در کشورهای مختلف وجود دارد که در قالب های سرد و گرم و از انواع مختلف نان که لایه های آن پنیر، مرغ، تخم مرغ، ماهی و گوچه فرنگی، خیار، کدو و ... گذاشته شده باشد تشکیل می شود. همبرگر به عنوان یک ساندویچ چوری و گرم یکی از غذای صلی و محبوب در سراسر جهان محسوب می شود.



۲۴ آبان: روز شوری و ترشی

ترشی و شور غذاهای تخمیر شده بر ظرفداری هستند که بحث فایده و ضرر آنها همیشه در ذهن مصرف کنندگان وجود داشته است. غذاهای تخمیر شده یا غذای زنده، نتیجه قرار گرفتن غذاها تحت پروسه تخمیر لاکتو هستند. ستم گوارش بدن به غذاهای تخمیر شده خیلی خوب پاسخ می دهند غذاهای تخمیر شده برخلاف غذای دیگر، با آلرژیم هایی که به دستگاه گوارش بدن کمک می کنند میزان اسید معده و باکتری های زنده را متعادل کرده و باعث می شود روده مواد مغذی بیشتری را جذب کند. سرکه، در ترشی و شوری حرف اول را در خاصیت می زند. شور و ترشی هر دو حاوی میزان بالای نمک است و برای مبتلایان به نارسایی کلیوی، بیماران قلبی و عروقی و افراد با فشار خون بالا محدودیت مصرف دارد.



۲۷ آبان: روز باقلوا

شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد شکل کنونی باقلوا برای اولین بار در کوشانه تویکانی در استانبول درست شده است و پادشاه عثمانی در روز پانزدهم ماه رمضان معروف تشریفاتی به نام باقلوان‌علایی به راه می‌انداختند. باقلوا در ایران همه به شکل‌های مختلف همچون لوری، تریچی و نوله ای و در انواع طعم‌های بستنی‌ای، گردویی، بادامی، نارگیلی و کاراملی وجود دارد. مواد بکار رفته در باقلوا مانند: مغز بادام، مغز پسته، گل‌تاب، هل، سر و تخم مرغ، هر کدام به تنه‌ای غذای گانس هستند که مخلوط آنها هم طعم مناسبی و هم ارزش غذایی بسیار بالایی ایجاد می‌کند. همچنین به دلیل آنکه این شیرینی به دندان‌ها می‌چسبد؛ بهتر است پس از خوردن آن، مقداری آب نوشید تا به دندان‌ها آسیبی وارد نشود.



۲۶ آبان: روز جهانی فست قود

فست قود یا غذای نوری عنوانی است برای غذاهایی که به سرعت طبخ و آماده می‌شوند. انواع سبزیجات و میوه‌ها همسر هم از فست قود هستند. رایج هستند؛ از به سرج کردن اکثر فست قودها. استفاده کمتر از سبزیجات و استفاده بیش از حد از سس‌های چرب، منجر به حاکی و کمبود برخی از ویتامین‌ها و املاح و پاراحتی‌های گوارشی و در نهایت بیماری‌های قلبی عروسی می‌تواند. بافتن‌های جدید نشان می‌دهند که جوانانی که در یکی از وعده‌های خود از فست قود استفاده می‌کنند نسبت به همسر و ن‌دان خود کالری، نمک و چربی بیشتر و ویتامین و مواد معدنی کمتری دریافت می‌کنند. همچنین در مناطقی که تعداد رستوران‌های فست قود کمتر است؛ بیماری‌های قلبی عروسی کاهش می‌یابد.



۱۷ آذر: روز پشمک

پشمک نوعی شیرینی با ترکیبات آرد، شکر، روغن، هسته‌های، هل، وانیل، بودا، کاکائو، زعفران و فزودنی‌های دیگر می‌باشد. پشمک دارای بافتی به صورت الیاف و رشته‌های یاریک است که به راحتی در دهان فایز حل می‌باشد. پشمک پفی با عبور جریان هوای گرم و مرطوب از روی شکر درست می‌شود. هنگامی که هوای گرم به شکر برخورد می‌کند آن را بصورت نیمه جامد در آورده، سپس به صورت رشته‌های بلند و باریک در می‌آیند. فست موجود در پشمک دارای گریوهیدرات‌های ساده می‌باشد که کالری آنها نسبت به سایر شیرینی‌ها کمتر است. پشمک دارای کالری، چربی، سدیم، شکر و کلسترول کمتری نسبت به دیگر خوراکی‌هاست. لذا می‌توان به عنوان یک شیرینی و دسر سالم آن را مصرف نمود.



۲۹ آبان: روز نوشابه‌های گازدار

مسافه‌ها مصرف نوشابه‌های گازدار بطور فزاینده در میان مردم دنیا بخصوص ایرانیان که رکورد در مصرف این ماده هستند رواج پیدا کرده است. باید بدانند یک واقع تلخ در مورد نوشابه‌ها این است که به آنها عمدا کالری افزوده می‌گردد تا ایجاد اعتیاد و وابستگی در مصرف کنندگان خود کنند و این کالری‌ها موجود در نوشابه‌های گازدار نسبت به دیگر نوشیدنی‌های حاوی کالری‌ها مانند قهوه و چای سریع تر جذب بدن می‌شود. نوشابه‌ها حاوی شکر یک اسید هستند و مقادیر زیادی از کلسیم استخوان را کاهش می‌دهند. هر نوشابه یا نوشیدنی‌های فندی که روزانه مصرف می‌شود احتمال حاکی با آب شکر از ۶۰٪ افزایش شکر می‌دهد. هر نوشابه که روزانه مصرف می‌شود، خطر بیماری قلبی را تا ۲۰٪ در مردان فزایش می‌دهد.



عملکرد انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی فارس

(شش ماهه اول سال ۹۹)

دوع (نگهدارنده) و تقاضای سرگد در گمته
مر استاندارد دوع بمنظور لحاظ کردن نظر
تولیدکنندگان نسبت استان در تصدیق نظر این
استاندارد و انجام کار تحقیقاتی در خصوص این
استاندارد با ت کمل کمیته علمی بررسی دوع با
همکاران استاد دانشگاه شیراز بخش صنایع غذایی
۷- برگزاری جلسه تدوین استاندارد رب گوجه
فله مورخ ۹۹/۴/۱۵ در سازمان جهاد کشاورزی و
بگیری آن در شورای استاندارد

۱- برگزاری جلسه ارزیابی قیمت محصولات
واحدهای تولیدی فرآورده های گوشتی با حضور
نمایندگان سازمان صمت و سایر سازمانهای
درباره مورخ ۹۹/۴/۱۰
۲- تهیه - همیه مند - به تصدیق کمیته و
ساک از با ازمان صمت بمنظور تسهیل و در
اختیار قرار دادن این مواد به واحدهای تولیدی
۳- برگزاری جلسه کارشناسی استاندارد سازی
بمنظور ضرورت اجباری شدن استاندارد انویه

۴- طرح موضوع عبارت تراربخه در شورای
گفتگو
۵- بررسی نمونه برداری طرح طاقاز سطح
عرضه و ارسال نامه
۶- برگزاری جلسه مورخ ۹۹/۴/۱۱ با حضور انجمن
صنایع غذایی، نمایندگان ادارات نظارت بر مواد
غذایی، استانداردها دانشگاه شیراز و تولید کنندگان
مربوطه در خصوص تجدیدنظر در استاندارد



به آرا لذیذ شیراز

(سواھے خاص) Behara

شرکت صنایع غذایی

Food Industry Company

تولید کننده انواع مرباجات و شربت آلات

نام های تجاری

پارو

شهدآئین

ماه یاره

به آرا



beharafood5431food@gmail.com

فارس . شیراز . شهرک صنعتی آب باریک . خیابان میدا . درب دوم

واحد بازرگانی خانم نیرومند ☎ ۰۷۱-۳۲۶۰۲۱۱۸

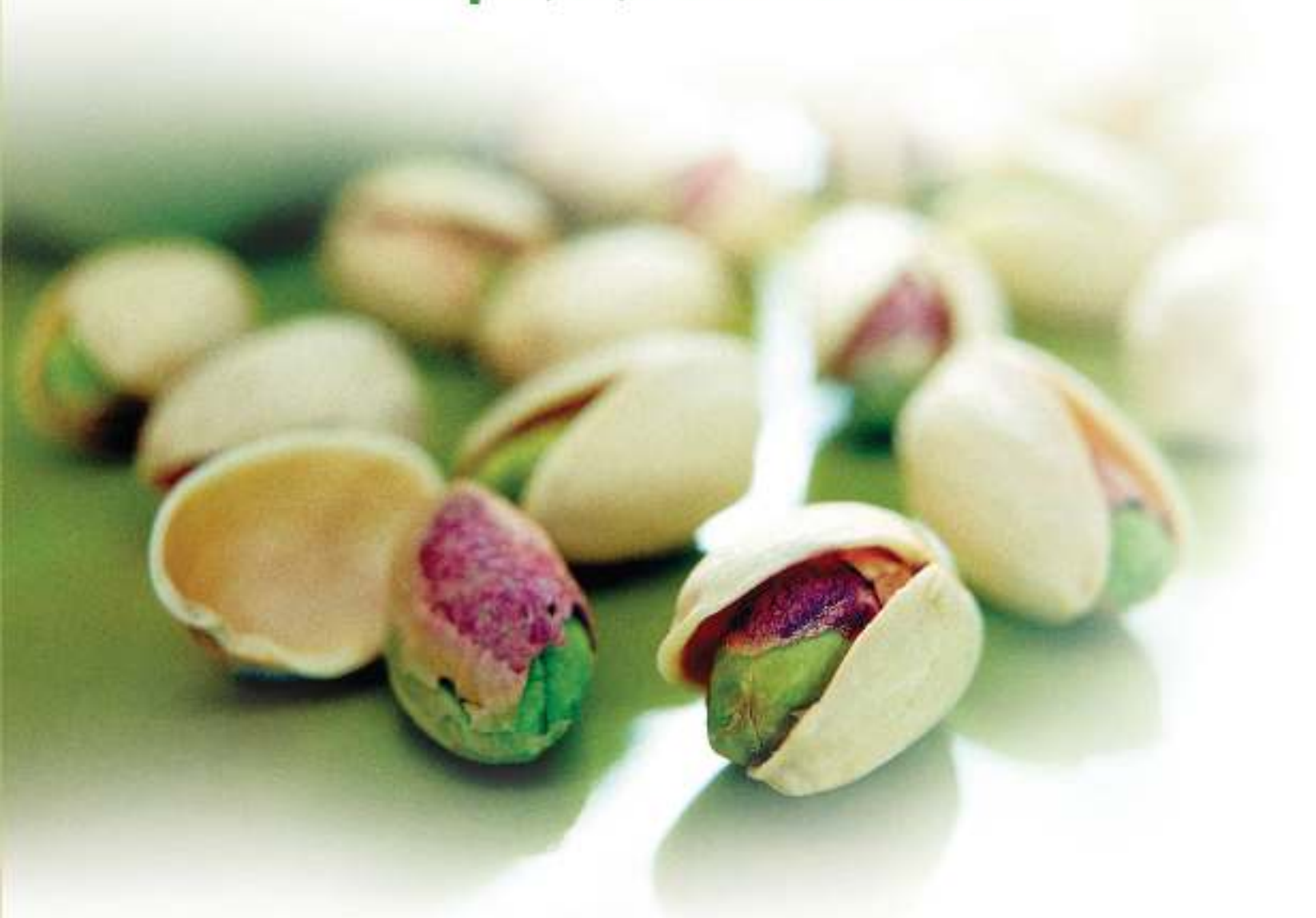
☎ ۰۹۱۷۰۶۰۷۷۷۳ 📠 ۰۷۱-۳۲۶۰۲۱۸۰



پیسته برادران غلامی

BARADARAN GHOLAMI PISTACHIO

◀ بسته بندی و فرآوری پیسته ▶



📍 فارس . شیراز . کیلومتر ۵۵ جاده شیراز - سروستان . روستای کوهنجان

📞 ۰۷۱ - ۳۷ ۸۶ ۲۲ ۱۴

قندآوا

اولین تولید کننده قند زبر در ایران



#ماسک_بزنیم

WWW.GHANDAVARAN.COM

شیراز - کیلومتر ۲۰ جاده شیراز - اصفهان - مقابل درب اصلی پالایشگاه شیراز

۰۹۱۷۱۸۷۰۳۰۰

۰۷۱-۳۲۶۲۰۳۵۴-۶

شرکت شیراز عصاره



با ۳۰ سال سابقه

تولید انواع عصاره های گیاهی (عصاره شیرین بیان)

شرکت شیراز عصاره

در کیلومتر ۶ جاده شیراز - سپیدان
در شمال غرب شیراز واقع شده است.

این شرکت توسط آقای مهندس صادق فیروزی
در سال ۱۳۶۹ بنیانگذاری و با تولید عصاره قالبی
شیرین بیان آغاز به کار نموده است.

مواد تولیدی کارخانه به علت استفاده از ریشه های مرغوب
مناطق سردسیر یکی از بهترین فرآورده را به خود
اختصاص داده است.

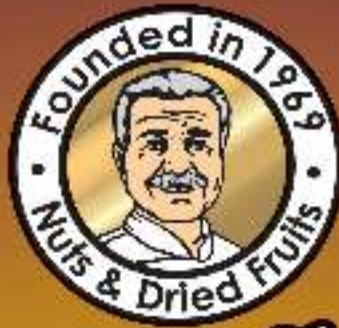
محصولات تولیدی این شرکت به علت مرغوبیت
جنبه صادراتی داشته و به کشورهای اروپایی، آمریکایی
و آسیایی صادر می گردد.



مدیریت فعالی شرکت به عهده
خانم مهندس سمرقند فیروزی می باشد.

فارس - کیلومتر ۶ جاده شیراز - سپیدان - جنب کارخانه شام شام

☎ ۰۷۱-۳۶۲۴۲۲۳۵۰/۰۷۱-۳۶۲۴۲۰۷۷ 📠 ۰۹۱۷۳۱۳۲۳۵۰



توحید

Healthy Snack Foods

خشکبار و میوه‌های خشک



دارای تاییدیه از حدت سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان (SHCC)



📍 فروشگاه مرکزی: شیراز، میدان کارگر،
خیابان شهید ظریفکار، مقابل پارکینگ کارگر
☎ دفتر فروش و پیش: ۰۷۱ ۳۷۳۶ ۰۰۰۰
☎ دفتر مرکزی: ۰۷۱ ۳۷۳۸ ۵۷۹۷
☎ فروشگاه مرکزی: ۰۷۱ ۳۷۳۹ ۹۳۷۳
📧 khoshkbar-tchtd@khoshkbar-ahic.com



WWW.GOONAGOONFOOD.COM

GOONA GOON®

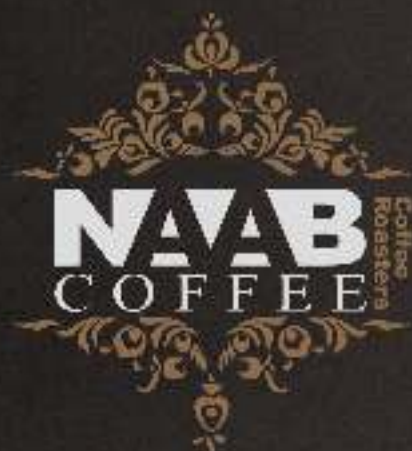
FOOD INDUSTRIES

تلفن: ۰۲۲ ۴۳۴۷۶۰۲۲ (۷۱) ۰۹۸
فکس: ۰۲۱ ۴۳۴۷۶۰۲۱ (۷۱) ۰۹۸
همزاد: ۰۹۸ ۹۱۷ ۱۱۲ ۳۴۹۹

صنایع غذایی گوناگون
کارخانه: کیلومتر ۷۳ شیراز اصفهان،
محور قدیم، قبل از سیوند



کیلومتر ۷ جاده قدیم شیراز - اصفهان،
بعد از دوراهی سیدان، منطقه آسیاب
کرشکی، شرکت یاشیل دشت کیان
تلفن: ۰۹۱۷۱۱۳۳۲۴۴
۰۹۱۷۷۷۷۸۰۴۷



قهوه ناب
همراه قهوه‌ی لحظه ناب شما



دانه سرسبز قهوه
دستگاه‌های صنعتی و تهیه صنعتی
لوازم جانبی مرتبط با قهوه

بیش از ۳۰ نمونه لاین دانه سرسبز قهوه

واردات فراوری

فروشگاه مرکزی: شیراز، مشیر غربی، حدفاصل خیابان برق و ۳۰ متری سینماسعدی، روبروی پارکینگ، اداره برق

Instagram icon Sales.NaabCoffee

شماره تماس: ۰۷۱ - ۳۲۳۰۸۵۴۱ - ۰۳۱۹۷۱۰۳۸۹۳۸



شرکت تبرید و نگهداری کالای شیراز

سردخانه گفتک

شرکت تبرید و نگهداری کالای شیراز با ظرفیت ۶۰۰۰ تن و از سردخانه‌های با قدمت و با تجربه در امر خدمات سردخانه‌ای بالای صفر و زیر صفر، جهت نگهداری انواع میوه، خشکبار، سبزیجات، فرآورده‌های دام و طیور و محصولات کارخانه‌های صنایع غذایی به منظور افزایش ماندگاری و عرضه به موقع آن در بازار مصرف است.

این سردخانه بامرکز شهر فاصله کمی دارد

مزایای این سردخانه

- اتاق سرد با ظرفیت‌های متنوع از ۳۰۰ الی ۷۰۰ تن
- باکس پالت و پالت‌های متناسب با نوع بسته بندی و امکانات جانبی نظیر باسکول ۶۰ تنی و لیفتراک
- اختصاص فضای سربوشیده به مشتریان جهت فعالیت‌هایی چون بسته بندی
- بهره‌وری از کارکنان مجرب در تامین شرایط نگهداری کالا
- رعایت کلیه استانداردهای نگهداری
- همکاری همه جانبه با مشتریان دولتی و خصوصی
- بالاترین کیفیت خدمات در سطح سردخانه‌های استان فارس



فارس، شیراز، بلوار نصر شرقی، کیلومتر ۱۲ جاده گفتک

۰۹۱۷ ۱۱۷ ۸۵ ۳۱ ۰۹۱۷ ۹۳۵ ۲۳ ۴۶ ۰۹۱۲ ۱۳۴ ۳۸ ۶۶

۰۷۱ - ۵۸ ۰۷ ۳۰ ۶۴

۰۷۱ - ۵۸ ۰۷ ۳۰ ۶۳



هر روز را زندگی کن
LIVE EVERY DAY

شرکت صدک

SADAK COMPANY
Sadak Meat Products Company

© SADAK.SHIRAZ

