



PDF Compressor Free Version

# روغن مارکت اکسیر

تولید مرغوبترین روغن، بیش از ۷۰ نوع دانه، روغن

تولید کننده

• ارده • ارده سبوس دار • کره بادام زمینه • کره بادام زمینه شکلاته

۰۷۱-۳۷۳۶۶۴۸۶

شعبه ۱: شیراز . دروازه کازرون . بازارچه اسماعیل بیگی

۰۷۱-۳۸۴۷۷۴۵۷

شعبه ۲: شیراز . بلوار پاسداران . نبش خیابان کلاهدوز



☎ ۰۹۱۷۰۲۶۱۸۳۰

📷 exiroil\_shiraz

📍 exiroilmarket

PDF Compressor Free Version



تولید کننده انواع مرباجات و شربت آلات



### نام های تجاری

پاراو

شہد آگین

ماہ پارہ

بہ آرا

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

واحد بازرگانی خانم نیرومند ۰۷۱-۳۲۶۰۲۱۱۸

۰۹۱۷۰۶۰۷۷۷۳ ۰۷۱-۳۲۶۰۲۱۸۰

PDF Compressor Free Version

# خباز آرد

(سهامی خاص)



## Khabbaz Ard Shiraz



برگزیده اولین دوره جشنواره تجلیل از ۱۰۰ مدیر برتر سال ۱۳۹۱  
و لوح تقدیر مدیران برتر از همایشهای سالن صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران

انواع آردهای شیرینی‌های کره‌ای، دانمارکی، کیک،  
بیسکویت، پیتزا، نان فانتزی، نشاسته و ماکارونی

گواهینامه حلال، ISO 9001:2008 از شرکت TUV NORD آلمان

گواهینامه HACCP و ISO 22000:2005  
از شرکت TUV INTER CERT

همچنین در راستای ارتقای کیفیت در سال ۱۳۸۹-۱۳۹۰

به‌عنوان واحد نمونه اداره کل استاندارد  
و تحقیقات صنعتی برگزیده شد



اولین شرکت تولید کننده آرد در ایران موفق به دریافت  
تندیس و گواهینامه انجمن تجارت جهانی گردیده است



نشانی: شیراز - بلوار نصر - کیلومتر ۱۲

تلفن: ۰۷۱-۳۷۴۴۱۴۳۵

۰۷۱-۳۷۴۴۱۴۳۹-۰۷۱-۳۷۴۴۱۴۸۲

فکس: ۰۷۱-۳۷۴۴۱۴۳۶

صندوق پستی: ۷۱۴۵۵-۱۶۱

کد پستی: ۷۱۴۸۱-۴۴۳۹۶

Email: [khabbaz\\_ard@yahoo.com](mailto:khabbaz_ard@yahoo.com)

[www.khabbaz-ard.ir](http://www.khabbaz-ard.ir)

PDF Compressor Free Version



شرکت سبزی پاک فارس

s a b z i p a a k c o

■ اولین واحد صنعتی تولید انواع سبزیجات آماده به طبخ تازه و منجمد در ایران

دارای پروانه ساخت از اداره نظارت بر غذا و دارو از سال ۱۳۷۶

■ تولید ده میلیون کیلوگرم انواع سبزیجات طی ۲۳ سال فعالیت



اهدا لوح تقدیر به مدیریت محترم بیمارستان علی اصغر (ع)

همچنین اهدا هزار و صد بسته سبزی تازه

به کلیه پرسنل و کادر درمان محترم بیمارستان علی اصغر (ع)

به پاس قدردانی از تلاش بی وقفه پرسنل صبور بیمارستان علی اصغر (ع) در مقابله با ویروس کرونا

شیراز . شهرک صنعتی بزرگ . بلوار پژوهش شمالی . خیابان ۳۰۶

☎ ۰۷۱-۳۷۷۴۲۱۳۰

☎ ۰۹۱۷۰۰۳۶۰۶۷

☎ ۰۷۱-۳۷۷۴۴۰۲۴

☎ ۰۹۱۷۴۸۴۲۴۳۵

🌐 sabzi.paak.fars

🌐 sabzipaak.ir

PDF Compressor Free Version



Design by: Koocham 09177714606



کنسرو ماهی تن  
**لانشین**

LOUNGIN TUNA CAN

*Exclusive Quality*



شیراز، شهرک صنعتی بزرگ، بعد از میدان ششم، خیابان علوم، نبش خیابان ۴۱۸ / کد پستی: ۷۱۵۸۱۸۷۵۷۸  
تلفن: ۰۷۱-۳۷۷۳۴۹۰۶ / فاکس: ۰۷۱-۳۷۷۳۴۹۰۷ / [www.Loungin.ir](http://www.Loungin.ir)

PDF Compressor Free Version

# شهراد کارتن شیراز

SHAHRAID  
CARTON  
SHIRAZ



[www.shahradcartoon.com](http://www.shahradcartoon.com)



[Shahrad.cartoon@gmail.com](mailto:Shahrad.cartoon@gmail.com)



فارس . شیراز . شهرک صنعتی بزرگ . میدان پژوهش  
بلوار پژوهش شمالی . خیابان ۲۵۶ . سمت راست . واحد سوم



۰۷۱-۳۷۷۴۲۵۴۳-۷



۰۷۱-۳۷۷۴۲۵۴۸



۰۹۱۲۱۸۵۵۴۵۱

بزرگترین تولید کننده

کارتن و ورق

در جنوب کشور

PDF Compressor Free Version



تولید کننده انواع

• ترشیجات • شوريجات • سس های غذايي



فارس. كيلومتر ۱۴۵ جاده شیراز-اصفهان ۰۹۱۳۱۵۲۸۵۵۵ / ۰۹۱۷۳۵۲۴۴۰۹



PDF Compressor Free Version مجتمع کشت و



**Shiraz Osareh nab Manufacturing  
and Cultivating Complex**

**رضایت، انتخاب با درایت**



**مجتمع کشت و صنعت عماره ناب شیراز**

**S h i r a z O s a r e h n a b C o .**

تولید کننده انواع رب گوجه فرنگی / ترشیجات / شوربجیات / مرباجات / انواع سس و رب انار  
نشانی : کیلومتر ۶۰ جاده قدیم شیراز - اصفهان قبل از سیدان  
تلفکس : ۰۷۱-۵۸۶۱۲۰۳۷ همراه : ۰۹۱۷ ۱۲۸۴۴۲۸ ۰۹۱۷ ۷۲۸۷۹۸۱

Email:Osarehnab@yahoo.com

PDF Compressor Free Version



حس تازگه را با  
شبدیس تجربه کنید

✉ shabdisshiraz@gmail.com



shabdisshiraz



۰۷۱ - ۳۷ ۷۴ ۳۰ ۵۵



۰۷۱ - ۳۷ ۷۴ ۲۳ ۳۸



۰۹ ۳۷ ۰۰ ۲۴ ۷۷ ۶

فارس . شیراز . شهرک صنعتی بزرگ . میدان پژوهش

(فلکه پنجم) . بلوار پژوهش شمالی . خیابان ۳۰۶

کدپستی: ۷۱۵ ۸۱ - ۸۹۱ ۵۸





**سخن سر دیر**

**عبدالرضا دیداری**

## صنعت سبز

در قرن بیستم در نتیجه انقلاب فناوری و تغییرات اقتصادی حرکت کشورها به سمت توسعه صنعتی شتاب گرفت؛ در بخش کشاورزی نیز همگام با سایر صنایع، با توجه به افزایش جمعیت و لزوم تامین امنیت غذایی، حرکت به سمت توسعه فعالیت‌های صنعتی گسترش یافت که این شتاب با تغییرات و پیامدهای منفی همراه بود. بر اساس اصل پنجاهم قانون اساسی حفاظت از محیط‌زیست که نسل امروز و نسل‌های بعد باید در آن حیات رو به رشدی داشته باشند، وظیفه عمومی تلقی می‌شود؛ بنابراین فعالیت‌هایی که با آلودگی محیط‌زیست و تخریب غیرقابل جبران آن همراه باشد، ممنوع است؛ لذا با عنایت به اینکه استفاده از انرژی برای انسان‌ها اجتناب‌ناپذیر است، اما باید به سمتی حرکت کرد که به حفظ محیط‌زیست کمک شود. از زمان انقلاب صنعتی پیشرفت‌های جدیدی در جهت درک تاثیر آلودگی بر محیط‌زیست وجود داشته که منجر به آگاهی بیشتری از مفهوم سازگاری با محیط‌زیست، همچنین تاکید بیشتر بر اجرای شیوه‌های پاکسازی صنایع که منبع عظیم آلودگی بودند، شده است. مشکلات آلودگی هوا، گرمایش زمین، تغییرات اقلیم و خشکسالی از جمله عواملی بود که سبب حرکت به سمت صنعت سبز شد. در واقع صنایع سبز به منایعی اطلاق می‌شود که در تولیدات خود روش‌های سازگار با محیط‌زیست را به کار می‌گیرند یا محصولات سازگار با محیط‌زیست تولید می‌کنند. در ایران، سازمان حفاظت محیط‌زیست با ارزیابی صنایع و امتیازدهی به آن‌ها، صنایع سبز را معرفی و از آن‌ها تقدیر به عمل می‌آورد.

### هدف رویکرد صنعت سبز

هدف رویکرد صنعت سبز، طراحی محصولات و فرآیندهایی است که میزان استفاده و تولید مواد خطرناک در آن‌ها حداقل باشد. صنعت سبز به دنبال راهی است تا با جلوگیری از آلودگی در مبدأ و استفاده از منابع طبیعی کمتر، از اثر منفی مواد شیمیایی بر محیط‌زیست بکاهد. اصول و ضوابط صنعت سبز عبارت‌اند از:

- ۱- عدم قرارگیری نام واحد در فهرست صنایع آلاینده سازمان حفاظت محیط‌زیست؛
  - ۲- بهبود سیستم‌های پالایش و کنترل آلاینده‌ها؛
  - ۳- نصب، راه‌اندازی یا اصلاح کنترل آلودگی آب، هوا و صدا؛
  - ۴- مدیریت بازیافت مواد زاید؛
  - ۵- جایگزینی انرژی‌های پاک؛
  - ۶- اخذ گواهینامه استقرار مدیریت زیست‌محیطی ISO 14000؛
  - ۷- اخذ گواهینامه استقرار نظام ایمنی و بهداشت OHSAS 18000؛
  - ۸- توسعه فضای سبز؛
  - ۹- مصرف بهینه حامل‌های انرژی و افزایش بهره‌وری در مصرف انرژی؛
  - ۱۰- ارتقای سطح دانش و فرهنگ زیست‌محیطی مدیران و کارکنان واحد و کاستن اثرات منفی و ضایعات صنعت بر محیط‌زیست.
- ایجاد نگرش زیست‌محیطی در میان صاحبان صنایع و ارتقا و گسترش فرهنگ زیست‌محیطی بین صنایع از اهمیت بسزایی برخوردار است که متأسفانه به دلیل فقدان مشوق‌های خاص یا برنامه‌های حمایتی ترغیب‌کننده و قابل توجه، شاهد روال کند حرکت در این مسیر هستیم؛ لذا در همین راستا کارگروه استانی صنعت سبز در سازمان جهاد کشاورزی فارس به ریاست محیط‌زیست و سلامت غذا و دبیری صنایع غذایی و عضویت حوزه ریاست، اداره کل حفاظت محیط‌زیست، انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و سایر اعضای مدعو جهت بررسی و ساماندهی وضعیت موجود راه‌اندازی شده است.
- پیشنهاد می‌شود با پررنگ‌کردن جایگاه صنایع سبز و ارائه برنامه‌های حمایتی ذیل، اقدامات موثری در راستای تسریع توسعه صنایع سبز در بخش کشاورزی انجام شود:
- ۱- اولویت‌ارایی تسهیلات ارزان‌قیمت به این صنایع؛
  - ۲- ارائه تخفیف‌های ویژه به این صنایع در نمایشگاه‌ها؛
  - ۳- تخفیف تعرفه‌های گمرکی مواد اولیه و صادرات محصول؛
  - ۴- تخفیف‌های بیمه‌ای؛
  - ۵- تخصیص درصدی از سهم عوارض آلاینده‌ها به منظور کاهش سود بانکی تسهیلات پرداخت‌شده به این صنایع؛
  - ۶- کاهش یا پرداخت مالیات این صنایع؛
  - ۷- پرداخت تسهیلات سبز با شرایط خاص؛
  - ۸- تبلیغات محصول و کالای صنایع منتخب سبز از طریق صدا و سیما؛
  - ۹- ارائه فضای فروش به منظور ابزارسازی و توسعه سهم بازار در مراکز عرضه محصول، به‌ویژه در فروشگاه‌های زنجیره‌ای؛
  - ۱۰- پیگیری مشکلات صنایع منتخب سبز از طریق کارگروه رفع موانع تولید، کارگروه اجتماعی، فرهنگی، سلامت، زنان و خانواده استانداری، کمیته FSM علوم پزشکی، کمیسیون ماده ۱۱ قانون هوای پاک، شورای استاندارد و شورای معادن؛
  - ۱۱- توان در راستای تسریع توسعه صنایع سبز در بخش کشاورزی اقدامات ارزنده‌ای انجام داد؛

صاحب امتیاز: انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس  
مدیر مسوول و سردبیر: عبدالرضا دیداری

### هیات تحریریه:

محمدهادی عسکری، لیلا حقیقت

### کمیته علمی:

محمدهادی اسکندری، محمدتقی گل‌مکانی، مهرداد نیاگوثری،  
محمدهاشم حسینی

نشانی دفتر انجمن: شیراز، خیابان زند، مقابل بیمارستان شهید  
فقیهی، کوچه ۴۱، ساختمان پزشکان پارس، طبقه سوم، واحد ۹  
تلفن: ۰۷۱-۳۲۳۴۹۴۵۴

پایگاه اینترنتی: farsfoodic.ir  
پست الکترونیک: farsfs92@gmail.com



مجری نشریه: کانون تبلیغات توسعه

(دارای مجوز رسمی شماره ۸/۲۹۸۶۷)  
از اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان فارس

مدیر اجرایی: حسین دشتی

مدیر مسوول: راضیه شیبانی

مدیر اداری و مالی: دنیا تهمورثی

مدیر روابط عمومی و پشتیبانی اجرایی: فرزانه صادق‌زاده

مدیر بازرگانی و امور آگهی‌ها: مریم رنجبر

مدیر هنری و امور فنی: مریم آیین

کارشناس امور آگهی‌ها: فیروزه مرتضوی

کارشناس امور تحریریه و تهیه و تنظیم مطالب: مریم رنجبر، درنا ولی‌پور طبیی

سرپرست امور هنری و صفحه‌آرایی: پگاه گودرزی

کارشناسان امور هنری: فروغ فراغتی، افسانه سرائی

کارشناسان امور اداری و مالی: فرشته مسعودی، مهدیه کاظمی

نظارت چاپ: محسن پایدار

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: مجتمع چاپ دنیا شیراز

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

تلفکس: ۰۷۱-۳۲۳۴۳۲۵۷-۹

کدپستی: ۷۱۳۴۶-۵۴۱۳۵

ایمیل: toseejournals@gmail.com

پایگاه اینترنتی: www.TOSEEAD.com

تلفن تماس جهت هماهنگی درج آگهی و مقالات در نشریه: ۰۹۱۷۵۹۶۷۲۸۰

مسئولیت علمی و حقوقی هر مقاله به عهده نویسنده یا نویسندگان آن است.

هیات تحریریه مجله در ویرایش و تلخیص مقالات کاملاً آزاد و مجاز است.

## تبلیغات، برندینگ و مارکتینگ

- ۵۱ شاخص های موفقیت صنایع غذایی در بازاریابی
- ۶۱ چگونه صنایع غذایی با کمک بازاریابی محتوا، مشتری جذب می کند؟ (بخش دوم)

## بسته بندی

- ۶۲ نکات ضروری برای بسته بندی در دوران کرونا
- ۶۴ چالش های بسته بندی برای مقابله با خطرات حمل در حین توزیع
- ۶۶ نقش بسته بندی در سلامت و بهداشت مواد غذایی
- ۶۸ شش نکته در طراحی بسته بندی محصولات ویژه کودکان

## تغذیه و سلامت

- ۶۹ اصول تغذیه در کودکان پیش دبستانی و دبستان
- ۷۰ خواص تغذیه ای میوه ها

## راهنمای تجارت خارجی

- ۷۲ بررسی کشور افغانستان

## راهنمای سرمایه گذاری

- ۸۰ صنایع غذایی و توسعه پایدار در بخش کشاورزی
- ۸۲ نکات طلایی در احداث کارخانه مواد غذایی

## اخبار و گزارش ها

- ۸۴ جهانی
- ۸۵ ملی
- ۸۷ استانی

## تقویم مناسبت های غذایی

- ۸۸ مناسبت های غذایی فصل زمستان - سال ۱۳۹۹

## عملکرد انجمن

- ۹۲ عملکرد انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس - سه ماهه سوم سال ۱۳۹۹

## یادداشت ویژه

- ۱۱ چالش های تولید در صنعت غذای کشور
- ۱۲ در ضرورت توسعه صنایع تبدیلی

## گفت و گو با مدیران

- ۱۴ عضو هیات ریپسه انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان

## گفتگو با تولیدکنندگان نمونه

- ۱۶ مدیرعامل شرکت فرآورده های گوشتی صدک - واحد نمونه روز ملی صنعت و معدن (سال ۱۳۹۹)
- ۱۸ مدیرعامل شرکت آرد خوشه فارس - واحد نمونه روز جهانی استاندارد (سال ۱۳۹۸)
- ۲۲ مدیرعامل شرکت افق طلایی ماهان (لانچین) - واحد نمونه روز جهانی غذا (سال ۱۳۹۷)

## آشنایی با واحدهای توانمند

- ۲۴ شرکت تولیدی کلایی (شانون)

## پایش محصول

- ۲۹ رب گوجه فرنگی

## علوم و صنایع غذایی

- ۳۵ استفاده از چاپگرهای سه بعدی در تولید مواد غذایی
- ۳۷ بیوسنسورها در صنایع غذایی
- ۳۹ تاثیر کرونا بر اقتصاد و الگوی مصرف
- ۴۱ تکنولوژی هردل در صنعت غذا
- ۴۴ QFD و کاربرد آن در افزایش بهره‌وری عملکرد کنترل کیفیت

## قوانین کسب و کار

- ۴۶ درآمدی بر حقوق کسب و کار - بخش اول



## چالش‌های تولید در صنعت غذای کشور

جمال رازقی جهرمی؛

رئیس انجمن صنفی کارفرمایان صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس

عدم اطمینان همراه می‌سازد. عدم تناسب قوانین مهم و جاری کشور در حوزه تولید از جمله قوانین مربوط به نظام بانکی، تجارت، کار و... با تلاطم‌ها و بی‌ثباتی‌های حاکم بر اقتصاد کشور و ضعف قوانین در پوشش و تطابق با شرایط موجود نیز حرکت چرخ‌های تولید را با مشکل مواجه ساخته است که بازنگری اصولی را در این حوزه می‌طلبد؛ همچنین تنوع و تعدد قوانین صادر شده از سوی دستگاه‌های نظارتی مختلف در حوزه غذا و گاه‌ها عدم یکپارچگی آن‌ها، تولیدکنندگان صنعت غذا را با سخت‌گیری‌های عجیب و در برخی مواقع خارج از چهار چوب و ضوابط استانداردهای ملی مواجه کرده است. از دیگر سو، سیاست‌های داخلی متناقض و سطحی، مانعی جدی در مسیر توسعه زنجیره غذایی و تقویت توان رقابت تولیدات به‌شمار می‌آید. در برهه‌ای از شرایط اقتصادی و سیاسی کشور که تولیدکنندگان صنعت غذایی دریغ و به‌رغم رویارویی با موانع مختلف در سطوح داخلی و خارجی به حفظ امنیت غذایی از طریق تولید محصولات رقابت‌پذیر اهتمام می‌ورزند، لازم است سیاست‌گذاران و مسوولان کشور با نگاهی مدبرانه و جامع و با همتی عالی این مسیر پرفراز و نشیب را تا حد امکان هموار کرده و تولیدکنندگان صنعت غذای کشور را در انجام رسالتشان، که همانا دستیابی به توسعه پایدار کشور در سایه امنیت غذایی است، یاری کنند.

تولیدی این بخش و میزان بهره‌وری را به‌شدت متاثر ساخته و چالش‌های کسب‌وکار در این حوزه را دوچندان کرده؛ این در حالی است که می‌تواند سیاست‌گذاران در راستای کم‌رنگ‌شدن آثار تحریم‌ها و برون‌رفت از چالش‌های متعدد که به‌تبع سیاست‌های خصمانه جهانی ایجاد شده است، تصمیم‌های واقع‌بینانه و با اثردهی محسوس در کوتاه‌مدت اتخاذ کنند. بالا رفتن هزینه تولید و افت میزان بهره‌وری واحدهای تولیدی که به‌شدت متاثر از نامناسب بودن فضای کسب‌وکار کشور است و توان رقابت و حتی حیات را از بنگاه‌های اقتصادی سلب کرده، کاهش اشتیاق برای سرمایه‌گذاری در صنعت غذای کشور را به‌همراه داشته است. این فضای نامساعد ضربات مهلک‌تری را به واحدهای تولیدی کوچک و متوسط وارد می‌سازد. از دیگر موانع داخلی، کنترل دستوری و تصدی‌گری دولت و قیمت‌گذاری در حوزه صنایع غذایی است. شرکت‌های دولتی در اقتصاد زنجیره صنایع غذایی نقش محوری ایفا می‌کنند؛ از این رو فضای تحرک بخش خصوصی در این حوزه را سلب کرده و زمینه رشد را برای این بخش محدود ساخته است. ناپایداری قوانین و مقررات اثرگذار در بخش‌های مختلف صنعت غذا از جمله موانعی است که قدرت تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی بلندمدت و استراتژی مشخص را از تولیدکنندگان گرفته و فعالیت در این حوزه را باریسک‌های متعدد و

صنعت محصولات غذایی کشور به‌رغم وجود چالش‌های اقتصادی متعدد، همواره سهم بالایی در تولید داخلی را از آن خود کرده است. تاثیرگذاری این صنعت در امنیت غذایی و دستیابی به توسعه پایدار کشور، بر کسی پوشیده نیست. پتانسیل‌های بالای صنایع غذایی در تولید ناخالص داخلی و ایجاد درآمد‌های ارزی، آن را به صنعتی منتخب و اولویت‌دار در راستای دستیابی به افق‌های توسعه‌ای کشور مبدل کرده است؛ لیکن طی سال‌های اخیر معضلات و تبعات ناشی از تحریم‌های گسترده و تلاطم در حوزه روابط بین‌الملل این صنعت را که به‌شدت تحت تاثیر نوسان‌های متغیرهای کلان اقتصاد قرار دارد، همانند دیگر زیربخش‌های کلیدی اقتصادی کشور با چالش‌های متعدد مواجه ساخته است. از آنجا که مقوله تولید در اقتصاد کشور، وابستگی گسترده‌ای به واردات مواد اولیه، کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای دارد، از این رو تحریم‌ها، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین تهدیدهای تولید ملی، از طریق اثرگذاری بر حمل‌ونقل، تجارت و انتقال پول و به‌تبع آن، چالش‌های ایجادشده در تامین مواد اولیه، قطعات، لوازم و تجهیزات و از همه مهم‌تر دستیابی به فناوری‌های روز دنیا، صنعت صنایع غذایی کشور را با تنگناهای متعدد روبه‌رو کرده است. نکته قابل تامل این است که تحریم‌های خارجی پایان ماجرا نیست؛ سیاست‌گذاری‌های داخلی نیز فضای



## در ضرورت توسعه صنایع تبدیلی

کاوه زرگران؛

عضو هیات مدیره کانون انجمن های صنایع غذایی ایران

برای فرآوری نیاز به سرمایه گذاری در صنایع تبدیلی و گسترش آن داریم، صادرات محصول خام برای ایران، آن هم در کشوری که بارندگی آن کم است، یعنی صادرات آب. برای افزایش ظرفیت بخش کشاورزی در رشد تولید ناخالص داخلی، اقدام دیگر افزایش بهره‌وری در تولید است.

بخش کشاورزی همیشه و بخصوص در سال های اخیر سهم مهمی در رشد بخش اقتصادی داشته و آمارها نشان می دهد رشد این بخش در این سال ها مثبت بوده است. اما با اتخاذ سیاست های اصولی و علمی در بخش اقتصادی، می توان سهم بخش کشاورزی در رشد تولید ناخالص داخلی را افزایش داد.

با توجه به اینکه ایران کشوری نیمه خشک است، پتانسیل های تولید و کشاورزی باید بر فرآوری ها متمرکز باشد. یعنی باید ماده خام موجود را به صورت فرآوری و کنسرو شده صادر کنیم. مثلا صادرات گوجه فرنگی برای ما که محدودیت منابع آبی داریم اشتباه است. صادرات گوجه فرنگی به صورت فرآوری و تبدیل به رب سودآوری دارد. هر چه محصولات با ارزش افزوده بیشتر تولید و صادر شود ارزی آوری



قیمت در داخل باعث می‌شود صادرات محصولی با دستورالعمل یک شبه ممنوع شود. در شرایطی که صادرات به نفع کشاورز است نباید او را مجبور کنیم محصول را با قیمت پایین بفروش.

در حال حاضر سود صادراتی می‌تواند زیان انباشته سال‌های گذشته در بخش کشاورزی را جبران کند اما سیاست‌های ناپایدار مانع آن شده است. در حالی که نباید انتظار داشت تولیدکننده از سود مناسب چشم‌پوشی کند. شرایط عادی اقتصادی نظام عرضه و تقاضا را ساماندهی می‌کند و نیازی به قیمت‌گذاری نیست. در هر صورت بسیاری از مشکلات تولید و کشاورزی، فراتر از بخش کشاورزی است و مربوط به ساختارهای معیوب کلان اقتصاد است.

اگر سیاست‌گذاری درستی را دنبال کنیم اوراسیا فرصت مناسب دیگری برای رشد تولید و کشاورزی ایران است. در منطقه اوراسیا ظرفیت بالایی هم برای صادرات و هم برای واردات وجود دارد. بازار بزرگ روسیه سالانه ۲۶ میلیارد دلار واردات دارد در قالب تهاتر محصولات می‌توانیم نیازهای خودمان را از این بازار تأمین کنیم و از طرف دیگر صادرات و ارزش‌آوری داشته باشیم. اما در این خصوص هنوز سیاست‌ها مشخص و دقیق نیست. در هر صورت باید توجه داشت که برای رشد اقتصادی نیاز به رشد و توسعه تولیدات کشاورزی داریم. چون کشاورزی بخشی از اقتصاد است و از تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌های اقتصادی تأثیر می‌پذیرد. اجرای سیاست‌های مناسب تأثیرگذاری رشد بخش کشاورزی در رشد اقتصاد را نشان خواهد داد.

پایگاه خبری کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران به نقل از روزنامه ایران

بیشتری دارد و تولید این محصولات اقتصادی‌تر است. صادرات محصول خام کشاورزی باید به حداقل برسد.

برای فرآوری نیاز به سرمایه‌گذاری در صنایع تبدیلی و گسترش آن داریم. صادرات محصول خام برای ایران، آن هم در کشوری که بارندگی آن کم است، یعنی صادرات آب. برای افزایش ظرفیت بخش کشاورزی در رشد تولید ناخالص داخلی، اقدام دیگر افزایش بهره‌وری در تولید است. زمین کشاورزی و آب در کشور ما محدودیت‌هایی دارد. بنابراین افزایش سطح زیر کشت چاره رشد تولید نیست. رشد تولید و اثر آن بر رشد اقتصادی با افزایش بهره‌وری و کاهش سطح زیر کشت امکان‌پذیر می‌شود. اجرای برنامه‌های افزایش بهره‌وری در کشاورزی آغاز شده اما هنوز با استانداردهای جهانی فاصله داریم.

اما در حوزه دامداری و دامپروری شرایط مناسبی در تولید داریم. در این بخش قابلیت رقابت در بازارهای جهانی برای ما مهیاست. تولید محصولات لبنی بر پایه شیر خام تولید داخل توسعه پیدا کرده است. هدف‌گذاری یک میلیارد دلاری برای صادرات لبنیات را در برنامه داریم اما در حال حاضر به خاطر تحریم و شرایط اقتصادی که به وجود آمده نتوانستیم به این هدف برسیم. اما در شرایط عادی اقتصادی، صادرات صنعت لبنی تا ۳ میلیارد دلار در سال هم ظرفیت دارد و دور از دسترس نیست. بنابراین به نظر می‌رسد سیاست‌گذاری کلان اقتصادی در حوزه کشاورزی باید بر مبنای صادرات محصولات فرآوری شده با ارزش افزوده بالا باشد. افزایش راندمان تولید هم در کنار آن باید اجرا شود. سیاست‌های نشأت گرفته از اقتصاد در مواقعی به ضرر رشد بخش کشاورزی است. مثلاً در حال حاضر چند نرخ بودن ارز به ضرر صادرات است. افزایش



بود. به دلیل کافی نبودن سیر آموزش و تکمیل علم روز، متأسفانه شاهد اعمال سلیقه در نظرات و تفسیرهای گوناگون و رنگین کمانی مدیران و کارشناسان هستیم که حاصل آن ایجاد مشکلات عدیده برای تولیدکنندگان این صنایع است. از جمله مواردی که ضعف آموزش را به راحتی مشاهده می‌کنیم، ناتوانی در برخورد با شایعات و مطالب غیرعلمی است که در سطح وسیع در جامعه پخش می‌شود.

■ به طور کلی واحدهای صنایع غذایی در وضعیت کنونی به چه دوره‌های آموزشی احتیاج دارند؟ اصولاً نقش و تاثیر آموزش‌های کاربردی در توسعه بازار واحدها و همچنین رفع برخی موانع پیش روی تولید آن‌ها چیست؟ در این راستا چه راهکارهایی را در نظر دارید؟

آموزش‌های پایه و کلیشه‌ای به تنهایی قادر به پاسخگویی نیاز امروز تولید نیست. آشنایی با روش‌های جدید تولید محصولات کشاورزی متنوع به عنوان مواد اولیه صنعت غذا، تکنولوژی‌های لازم برای افزایش تولید و نیاز به نوسازی و توسعه تجهیزات صنایع غذایی مستلزم داشتن علم روز دنیا و آگاهی کافی است. آشنایی با مبانی اقتصادی و فاکتورهای موثر در قیمت تمام شده محصول و اصول پایه‌ای بازار نیاز مبرم و ضروری هر تولیدی است؛ همچنین روش‌های جدید بسته‌بندی و حمل و نقل و تولیدات سلامت‌محور به مفهوم واقعی از سرفصل‌هایی هستند که کمتر دیده شده‌اند.

■ با توجه به اینکه سرکار عالی در هیات رییسه کانون زنان بازرگان استان نیز حضور پررنگی دارید و نظر به اینکه عرصه صنایع غذایی، یکی از پتانسیل‌های حضور زنان در رأس امور تولید و کنترل کیفی محصولات قلمداد می‌شود، وضعیت موجود را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ میزان حضور زنان در این عرصه چگونه است؟ پیشنهادهای شما در این راستا چیست؟

در خصوص حضور زنان در جایگاه‌های مختلف شغلی و اجتماعی جای بحث فراوانی وجود دارد. از آنجا که زنان در جامعه کمتر دیده شده‌اند و امکان فرصت حضور بسیار محدودی برای آنان وجود داشته، الزاماً تجربه و پختگی کمتری در انجام امور دارند؛ اما به طور کلی سواى قیاس و تفکیک جامعه زنان و مردان، حضور خود زنان در جایگاه‌های مختلف از دو منظر قابل بررسی است. تعدادی که دوشادوش و بعضاً پیشروتر از مردان با اهداف محکم و رو به جلو در صف مقدم فعالیت‌های



سهبیلا محبی؛

### عضو هیات‌رییسه انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس

■ با توجه به وجود برنامه‌های گسترده آموزشی در حوزه صنایع غذایی در سطح استان و کشور، در درجه نخست، چه نقدی بر سیستم‌ها و دوره‌های آموزشی موجود وارد است؟ در درجه دوم، سطح سواد بخش‌های مختلف مدیریتی و فنی در صنایع غذایی استان به چه میزان است؟

امنیت غذایی در هر کشور در رأس اولویت‌های حاکمیت است و مدیریت صحیح، فنی و تخصصی این مقوله سبب تضمین بهره‌وری کیفیت و امنیت غذایی می‌شود و از آنجا که سلامت آحاد جامعه خط قرمز اهداف بهداشتی بوده، مدیران و کارشناسان به عنوان نگهدارندگان این حیطه لازم است به سلاح دانش و تکنولوژی روز دنیا مجهز شده و با تلفیق تبحر و تخصص با وجدان و صداقت کاری نتیجه ایده‌آل حاصل کنند. متأسفانه امروزه شاهدیم که کیفیت آموزشی دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی ما قربانی کمیت و سودآوری شده و روز به روز سیر نزولی را طی می‌کند. آموزش‌های ضمن خدمت و دوره‌های کارآموزی ناکافی و بعضاً هزینه‌بر که نتیجه چشمگیری هم به دنبال نداشته و از طرفی معیارهای نامناسب نتایج ارزیابی و امتیازبندی‌های نادرست، سبب ایجاد انگیزه و رقابت برای آموزش بیشتر نخواهد

■ با توجه به توانمندی‌های وسیع استان فارس در حوزه صنعت کشاورزی و تولید انبوه مواد خام کشاورزی و نظر به نام‌گذاری سال ۱۳۹۹ به عنوان سال جهش تولید توسط مقام معظم رهبری، انتظارات تولیدکنندگان محصولات غذایی از حمایت‌های دولت در این راستا را بیان کنید.

از آنجا که صنایع کشاورزی و تبدیلی از مزیت‌های استان فارس به حساب می‌آیند، اما به دلیل خشکسالی‌های گذشته و شرایط بحرانی کرونا و به تبع آن نوسان‌های قیمت نهاده‌های مصرفی این گروه، آثار منفی بسیار زیادی را برایشان تحمیل کرده است. یکی از مطالبات تسکینی و کوتاه‌مدت فعالان این بخش، تخصیص تسهیلات اضطراری و مقطعی برای این برهه است که به موازات آن، استهمال بدهی‌های بانکی و تقسیط بلندمدت هزینه‌های مربوط به حامل‌های انرژی، مالیات و تامین اجتماعی تا حدودی می‌توانند نقش چسب زخم بر پیکره مجروح این صنایع را ایفا کنند. ایجاد راهکارهای مناسب و سریع برای مشکلات ارزی و بازگشت ارز صادراتی از دیگر دغدغه‌های این فعالیت است که بایستی به جد مورد توجه قرار گیرد.



فارس چگونه است؟ به‌طور کلی توسعه این بخش چه خدمتی به صنایع غذایی استان می‌کند؟ در این راستا پیشنهاد شما به دانشجویان و نخبگان حوزه صنایع غذایی چیست؟ چه توصیه‌ای به تولیدکنندگان برای ایجاد ارتباط‌های بهینه با این شرکت‌ها دارید؟

با توجه به توسعه چشمگیر بیوتکنولوژی در کشور، استارت‌آپ‌های غذایی هم پیشرفت نسبتاً مناسبی داشته‌اند که یکی از وظایف مدیران کارآفرین، خلاق و نوآور کمک به توسعه و پیشرفت این استارت‌آپ‌هاست. توسعه تکنولوژی محصولات تخمیری پروبیوتیک و آنزیم‌ها و اهمیت خاص این محصولات نیاز به معرفی و آموزش استفاده از آن به جامعه را ایجاد می‌کند. نهادینه کردن آموزش، علم، تولید، سرمایه‌گذاری و پیوند صنعت و علم سبب ارتقای شرایط نوآورانه و فناوری کشور خواهد بود. گرفتن مجوزهای لازم، تاییدیه‌ها، عدم امنیت و فقدان حمایت‌های قانونی از مشکلات عمده استارت‌آپ‌ها به‌ویژه حوزه صنایع غذایی است. از سوی دیگر بدبینی کسب‌وکارهای سنتی نسبت به استارت‌آپ‌ها و نگاه سنتی مسوولان به کسب‌وکارهای نوین از چالش‌های موجود است.

با توجه به مشکلات عدیده‌ای که با شیوع ویروس کرونا و با افزایش مخاطره‌آمیز هزینه‌های مختلف تولید در ماه‌های اخیر، بر تولیدکنندگان تحمیل شده است، پیشنهادها، توصیه‌ها و راهکارهای سرکارعالی برای مدیریت این بحران‌ها چیست؟ انتظارات شما در قالب انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی استان از دولت برای حمایت از تولیدکنندگان چیست؟

در صورت طولانی شدن بحران کرونا، میلیون‌ها نفر در جهان تحت‌تأثیر فقدان دسترسی به غذای سالم و عدم امنیت غذایی قرار خواهند گرفت. بیکاری و کاهش شدید منابع درآمدی از موارد دیگر پیامدهای بحران کروناست. به هر شکل در بلندمدت با آینده‌های نامشخص مواجهیم که آثار و عواقب آن متوجه آحاد جامعه؛ از تولیدکننده، کشاورز و تک‌تک نیروی انسانی کل جهان خواهد بود و قطعاً این تأثیرات در کوتاه‌مدت و بلندمدت به اشکال مختلف جلوه خواهد کرد. از کمبود حمل‌ونقل غذای تازه گرفته تا بیکاری شدید و کاهش کاشت و در نتیجه کاهش محصول و افزایش بی‌رویه قیمت‌ها، هماهنگی و همکاری همه‌جانبه برای حفاظت جامعه جهانی از این آسیب‌ها، به‌خصوص ابقشار آسیب‌پذیرتر را می‌طلبد. قطعاً این آسیب‌ها تأثیر شدیدی هم بر سبک زندگی انسان‌ها خواهد داشت؛ چراکه این پدیده بسیاری از پارادایم‌های اقتصادی را دستخوش ناپسامانی می‌کند. رکود اقتصادی موجود به میزان چشمگیری بنگاه‌های عرضه و تولید محصولات کشاورزی و غذایی را متضرر کرده، به‌حدی که حتی ضوابط بیمه‌ای هم کمک چندانی در این زمینه نخواهد کرد. تغییر در سبک زندگی، به‌ویژه تغییر در الگوی مصرف، اعمال نظارت و کنترل لازم برای کاهش اثرات این بحران، ایجاد و طراحی سازوکارهای مناسب برای مقابله و کاهش تأثیرات این بحران جزو وظایف و مسوولیت‌های اجتماعی هر فرد از جامعه جهانی است.

وظیفه دولت بسیار سنگین‌تر از قبل بوده و لازم است علاوه بر ایجاد تمهیدهای کوتاه‌مدت برای گذار از این بحران، درصدد تعریف برنامه‌های بلندمدت و پایه‌ای با تلاش بی‌حد در جهت افزایش ارزش اقتصادی جامعه به‌طور عام به‌وسیله استفاده صحیح از منابع به روش‌های جدید و کارآمد به‌منظور بهبود وضعیت معیشتی آحاد جامعه باشد و نهایتاً اینکه مردم و دولت هماهنگ با مسوولیت‌پذیری کامل اجتماعی تلاش کنند از این تهدید، فرصت ساخته و گامی اساسی و پایدار به جلو بردارند.

گونگون حضور دارند و ضمن احترام به حضور نخبگان و برترین‌های هر گروه اما در شرایط مساوی معمولاً زنان موفق‌تر نمود دارند که علت آن ظرافت و نظم بیشتر در مدیریت و تصمیم‌گیری‌هایشان است. آنان معمولاً با اختلاف زیاد، کار را بهتر و مطلوب‌تر تحویل می‌دهند؛ اما متأسفانه از منظری دیگر، تعدادی از زنان جامعه ما «شهروند دوم بودن» و ضعف را پذیرفته‌اند و تنها برای ترمیم این ضعف شخصیتی به ظواهر پرداخته و با مسایل بی‌اهمیت سعی در جبران این کاستی‌های ظاهری کرده و اصل داستان را که تلاش برای توانمندسازی و به ثبوت رساندن پتانسیل‌هایشان است، به فراموشی سپرده‌اند که هر دو رویکرد نیاز به فرصت مناسب بحث و گفت‌وگو دارد.

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؟

در استان فارس انواع مختلف ماشین‌آلات از سیستم‌های بسیار فرسوده و قدیمی، نیمه‌اتوماتیک و نهایتاً سیستم‌های پیشرفته و مدرن روز وجود دارد که اولی سبب تحمیل هزینه گزاف، تعمیر، سرویس و نگهداری با کاهش راندمان بی‌اندازه به واحد می‌شود؛ سیستم‌های مدرن هم سرمایه‌گذاری قابل توجه، همراه با تزلزل‌های ارزی، شرایط سخت و عدم امکان استفاده از خدمات پس از فروش و تهیه قطعات یدکی را به‌دنبال خواهد داشت. به همین دلیل حتی به‌روزرسانی و نوسازی سیستم‌ها نیز به‌عنوان معضلی به سایر مشکلات تولید اضافه شده است. قطعاً نیاز امروز همه فعالان اقتصادی و تولیدکنندگان، استفاده از تسهیلات به معنای واقعی و «بدون ربا» و نه سودهای نجومی کمرشکن، برای تهیه و احیای سیستم‌های فرسوده از یک طرف و آرایه راهکارهای مناسب برای کنترل نوسان‌های بازارهای مالی و مشخصاً ارز مصرفی برای خرید و تجهیز واحدها به شکل مدرن و پیشرفته است.

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 می‌کنید؟ وظایف دولت و تولیدکنندگان در این خصوص را به‌صورت جداگانه بیان کنید.

در مقام مقایسه با استان‌های همسایه، از جمله اصفهان و استان‌های جنوبی، شرایط صادرات استان ما چندان مطلوب نیست و با وجود مزیت‌های متفاوت و خاص در استان فارس در زمینه صادرات، مناسب عمل نشده است. هر چند مشکلات و مسایل مربوط به واردات و صادرات همه‌گیر بوده و به‌طور ملی گریبانگیر فعالان این حوزه است، لیکن به‌طور مشخص فارس نسبت به پتانسیل‌های موجود خوب عمل نکرده است. بی‌ثباتی مقررات و ضوابط اجرایی در زمینه‌های مختلف، به‌خصوص مسایل ارزی، صدور بخش‌نامه‌های خلق‌الساعه و گاه‌مغایر با برنامه‌ریزی‌های موجود از جمله مشکلات این مبحث است. تغییرات پی‌درپی بازارهای هدف که نشئت گرفته از روابط نامناسب بین‌المللی است، مشکل را دوچندان کرده است؛ همچنین در زمینه بسته‌بندی و جذابیت محصول متأسفانه تولیدکنندگان ضعیف عمل کرده و بخشی از بازار را به همین دلیل از دست می‌دهند. سهم فارس از بازارهای صادراتی منطقه اصلاً قابل قبول نیست و لازم است برای افزایش این سهم به‌جد تلاش همه‌جانبه‌ای صورت گیرد.

وضعیت شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌های صنعت غذا در استان



علی نیری؛

## مدیرعامل شرکت فرآورده‌های گوشتی صدک

### واحد نمونه روز ملی صنعت و معدن در سال ۱۳۹۹

علی نیری مدیرعامل شرکت فرآورده‌های گوشتی صدک است. او مدیرعامل شرکت فرآورده‌های گوشتی صدک است. این شرکت در ۱۳۵۶ پس از اخذ مجوزهای لازم از مراجع ذیصلاح در محل بلوار امیرکبیر خیابان شهید صفایی، فعالیت خود را با ظرفیت محدود در زمینه تولید انواع همبرگر و کباب لقمه آغاز کرد و تا ۱۳۸۶ در زمینی به مساحت ۴۰۵۰ مترمربع و زیربنای ۱۰۰۰ مترمربع با ظرفیت تولید ۱۰۰۰ تن فعالیت کرد. هم‌اکنون این شرکت در شهرک صنعتی بزرگ شیراز، بلوار پژوهش شمالی، خیابان ۳۰۲ با زمینی به مساحت ۱۴۰۰۰ مترمربع و زیربنای ۵۰۰۰ مترمربع فعالیت می‌کند.

ارتقای روزبه‌روز کیفیت، خدمت‌رسانی به مشتری و جلب رضایت و اعتماد مصرف‌کنندگان حایز اهمیت است؛ زیرا مدیران این شرکت همواره معتقدند همان‌طور که کیفیت محصولات نهایی حایز اهمیت است، جلب رضایت مشتری و نحوه برخورد محترمانه با مشتریان و انعکاس خواسته‌های آن‌ها برای پاسخگویی به موقع می‌تواند در خلق کیفیت نقش داشته باشد.

■ سیاست‌گذاری صدک برای حفظ و ارتقای کیفیت محصولات صدک چیست؟  
با بهره‌گیری از آخرین تکنولوژی و متخصصان مجرب بر آن

این شرکت ضمن پوشش کل استان فارس، توسط مراکز پخش ذی‌ربط در مراکز استان‌های خراسان رضوی، آذربایجان شرقی، هرمزگان، کرمان و کرج در حال فعالیت است.

■ به نظر شما به‌عنوان تولیدکننده نمونه استان، یک واحد صنایع غذایی برای حفظ پایدار خود در سطح بالای تولید، چه ویژگی‌هایی را باید در سیستم‌ها و فرآیندهای کاری‌اش ایجاد کند؟

■ توانمندی‌ها، گستره فعالیت و نوع محصولات شرکت فرآورده‌های گوشتی صدک را به صورت کامل تشریح کنید.  
تولیدات این شرکت شامل انواع همبرگر، کباب لقمه، ناگت، کتلت، کوکو، فلافل، بسته‌بندی گوشت چرخ‌پخته، بسته‌بندی گوشت قرمز و سفید و انواع سوسیس و کالباس است.

■ فعالیت‌های بازاریابی و توزیع محصولات شرکت صدک در چه محدوده جغرافیایی در حال انجام است؟

این شرکت برای شش سال متوالی به‌عنوان واحد نمونه روز ملی صنعت و معدن انتخاب شده است.

■ **بزرگ‌ترین مشکلات و تنگناهای پیش روی شرکت و به‌طور کلی واحدهای صنایع غذایی استان در حوزه تولید و توزیع محصولات چیست؟ راهکارهایتان برای عبور از این مشکلات را بیان کنید. انتظارات شما از دولت چیست؟**

● نبود قدرت خرید برای مردم؛ به‌طوری‌که محصولات با قیمت بالا کمتر خریداری می‌شود؛

● تبلیغات سوء رسانه‌ها درباره سوسیس و کالباس، همبرگر و به‌طور کلی فراورده‌های گوشتی؛

● خرید مواد اولیه به‌صورت نقدی و فروش محصولات به شکل اعتباری

● سود بالای وام‌های بانکی؛

● نبود سرمایه در گردش و نبود حمایت بانکی از تولیدکننده؛

● ارایه وام با وثیقه‌های بالا.

■ **آیا محصولات شرکت به سایر کشورها صادر می‌شود؟ لطفاً تشریح فرمایید.**

این شرکت درصدد است با اخذ مجوزهای لازم، ابتدا به کشورهای حوزه خلیج‌فارس، سپس به سایر کشورها صادرات داشته باشد.

است تا با استمرار و تلاش‌های خستگی‌ناپذیر و با در نظر گرفتن الزامات استاندارد در راستای بهبود مستمر، جلب رضایت مشتری، حفظ ایمنی مواد غذایی و رعایت مسایل بهداشتی گام برداشته و برنامه‌ها و طرح‌های خود را گسترش دهد؛ همچنین تنوع محصولات و تولید محصول سالم و بهداشتی از اهداف دیگر این مجموعه است.

■ **اصلی‌ترین وجه تمایز این شرکت با سایر رقبا چیست؟**

نوآوری و خلاقیت انجام‌شده در مجموعه صدک شامل تولید محصولات متنوع آماده مصرف و مطابق با ذائقه مصرف‌کننده است.

■ **این شرکت با بهره‌گیری از چه پارامترهایی توانسته است عنوان واحد**

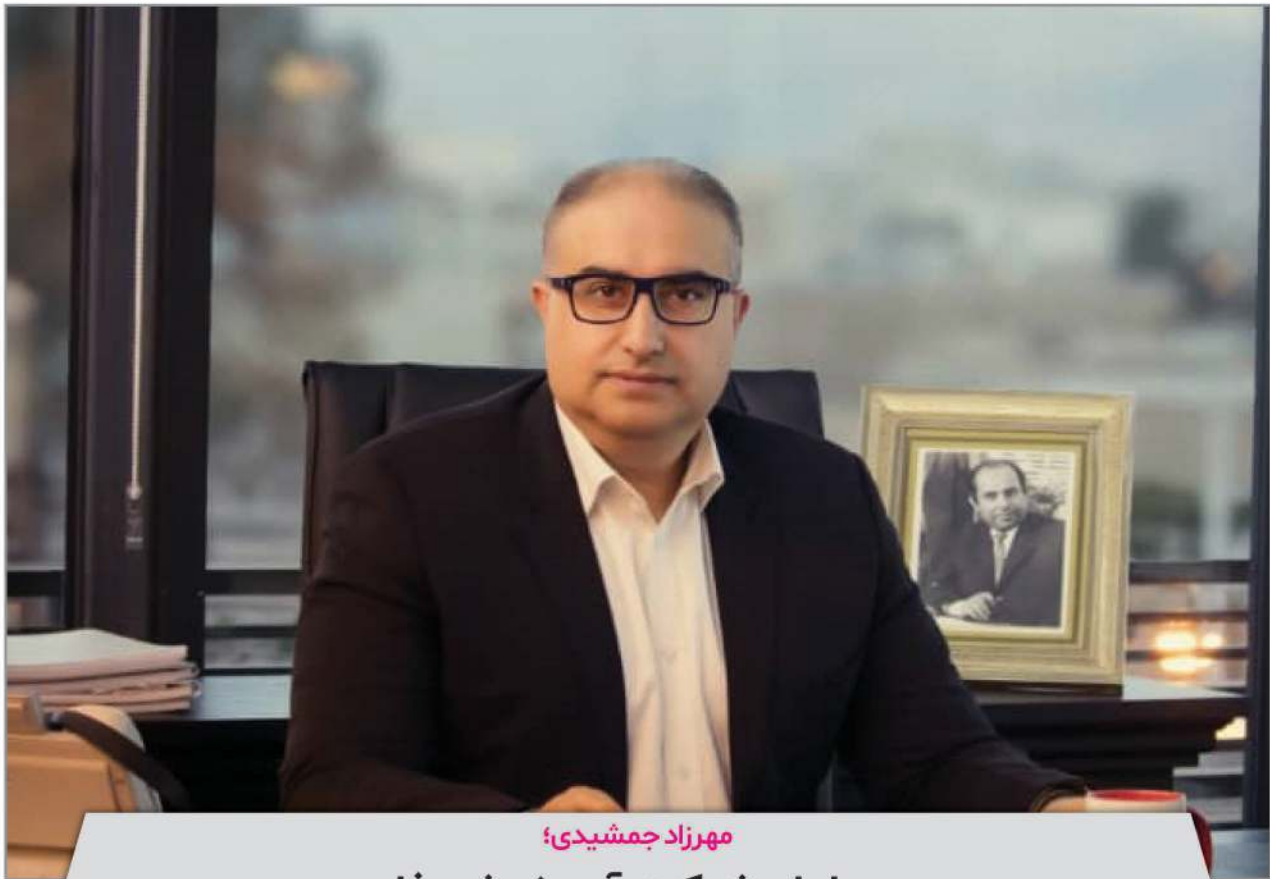
**نمونه روز ملی صنعت و معدن در سال ۱۳۹۹ را کسب کند؟**

حفظ ایمنی مواد غذایی، رعایت مسایل و پروتکل‌های بهداشتی، جلب رضایت مشتری و تولید محصولات سالم و بهداشتی و همچنین پیشگیری از آلودگی محیط‌زیست و کاهش آلاینده‌های زیست‌محیطی و رعایت کلیه استانداردها.

■ **برخی از شاخص‌ترین افتخارها و موفقیت‌های کسب‌شده توسط شرکت**

**صدک طی سالیان اخیر در چه زمینه‌هایی بوده است؟**





مهرزاد جمشیدی؛

## مدیرعامل شرکت آرد خوشه فارس

### واحد نمونه روز جهانی استاندارد در سال ۱۳۹۸

ظرفیت تولید کرد. جمشیدی به دلیل رسالت خود در تولید و عرضه محصولات با کیفیت مطلوب، در ۱۳۶۱ اقدام به تأسیس آزمایشگاه مجهز کنترل کیفی کرد. این مجموعه در ۱۳۶۹ جزو اولین شرکت‌های موفق به اخذ نشان استاندارد در سطح کشور بوده است که با ایجاد واحدهای جدید، ظرفیت تولید خود را در ۱۳۹۹ به ۷۰۰ تن به صورت روزانه افزایش داده است؛ همچنین این شرکت قابلیت ذخیره‌سازی ۸۰ هزار تن گندم در انبارهای تمام‌مکانیزه خود را دارد؛ هم‌اکنون نیز اقدام به ساخت سیلوهای عمودی به ظرفیت ۷۷ هزار تن کرده است. این شرکت در حال حاضر با ۱۸۰ نفر پرسنل و با بیش از ۴۰ سال سابقه در تولید بیش از ۳۷ نوع آرد، جایگاه ویژه‌ای را در تهیه و تأمین آرد مرغوب با کیفیتی برتر کسب کرده است. شرکت آرد خوشه فارس عنوان اولین صادرکننده گندم و آرد به کشورهای عراق، قطر، هند، تانزانیا، امارات، کویت و عمان را به کارنامه درخشان صادراتی خود اضافه کرده است.

مهرزاد جمشیدی، متولد ۱۳۵۰ دارای مدرک لیسانس در رشته (MIS) سیستم اطلاعات مدیریتی و همچنین صنایع علوم غلات از دانشگاه ایالتی کانزاس است. او ۲۳ سال است که مدیریت عامل شرکت آرد خوشه فارس را عهده‌دار است. علاوه بر این، قریب به هشت سال، مدیریت انجمن بین‌المللی آسیابانان منطقه آفریقا و خاورمیانه و از سال ۲۰۱۵ نیز ریاست هیات‌مدیره انجمن را بر عهده دارد.

مهرزاد جمشیدی با تشکیل اتاق بازرگانی ایران-سوئیس در ۱۳۹۲، به عضویت هیات موسس و هیات‌مدیره این تشکل نیز درآمد. شرکت آرد خوشه فارس (سهامی خاص) در ۱۳۵۱ تأسیس و در ۱۳۵۴ با ظرفیت اولیه ۲۵ هزار تن در سال و در زمینی به وسعت ۳۳ هزار مترمربع رسماً آغاز به کار کرد. او به‌منظور افزایش توان تولیدی خود، با نصب ماشین‌آلات جدید طی چند مرحله اقدام به افزایش

فضای رقابتی برای تولید آرد و محصولات آردی با کیفیت چیست؟

واقعیت این است که در فضای رقابتی، بقا و رشد شرکت‌ها مستلزم داشتن مزیت رقابتی است و رویکردی که می‌تواند برای سازمان‌ها مزیت رقابتی خلق کند، داشتن استراتژی و زیرساخت‌های منطبق با استاندارد است. با توجه به ضرورت و نیاز بازار به تدوین استاندارد برای همگرایی هر چه بیشتر محصولات و ایجاد ارزش‌های اساسی در جهت رفع نیازهای مشتریان و تضمین محصول عرضه‌شده برای حداکثر بهره‌وری و برتری در حوزه استاندارد سبب ایجاد نوآوری و ارائه راهکار به منظور مواجه‌شدن با چالش‌ها می‌شود. ارتقای استانداردها نیز ابزاری است برای کمک به تغییرات در فرآیندها، تکنولوژی و... استاندارد می‌تواند به عنوان بازوی توانمند در معرفی نوآوری‌ها به بازار، تسهیل توسعه بازارهای جدید و افزایش درک مصرف‌کنندگان و اطمینان‌سازی در آنان باشد. شرکت تولیدی آرد خوشه فارس به عنوان یک شرکت چابک و پیشرو و متحول‌کننده در صنعت آرد، همواره با اتخاذ استراتژی‌های هوشمندانه و توجه به دارایی‌های نامشهود از جمله مشتریان، به عنوان کلید طلایی عرصه رقابت، گام‌های عملی در جهت رفع نیاز و خواسته‌های آنان برداشته و در راستای این فرآیند، تمام کارکنان به طور منظم و مداوم، اهداف و انگیزه‌ها و نظرات نهایی مشتریان را بررسی می‌کنند تا خدمات و محصولات شرکت، منطبق بر خواسته‌های مشتریان سازماندهی شود.

■ **بسته‌بندی جذاب و باکیفیت محصول، چگونه به بهبود کلی کیفیت محصول، فرآیند توسعه بازار و جلب نظر مصرف‌کنندگان کمک می‌کند؟**

با توجه به اینکه اولین و نزدیک‌ترین ارتباط بصری مشتری با کالا از طریق بسته‌بندی است، بسته‌بندی نامناسب بر روحیه جامعه مصرف‌کننده تأثیر نامطلوبی بر جای می‌گذارد. شرکت آرد خوشه فارس با انتخاب بسته‌بندی مناسب و طراحی یکپارچه و جذاب سعی بر آن داشته که از طریق این ارتباط بصری اطلاعات کاملی را درباره محصول و خود به مخاطب یا مصرف‌کننده منتقل کند؛ همچنین این شرکت با توجه به شرایط کنونی و انتشار ویروس کووید ۱۹ و برای آرامش روحی مصرف‌کنندگان، با قراردادن پوشش نایلونی روی کلیه محصولات کیسه‌ای خود سعی بر آن داشته که محصولات را در فرآیند حمل‌ونقل محافظت کرده تا مشتریان بتوانند در زمان تحویل کالا، پوشش نایلونی را جدا و با خیال آسوده از محصول استفاده کنند.

■ **اصلی‌ترین مشکلات و تنگناهای پیش روی صنعت تولید آرد و فرآورده‌های آردی در کشور در شرایط فعلی اقتصادی چیست؟ پیشنهادها و راهکارهای حضرتعالی**

■ **محصولات شرکت را به صورت کامل معرفی و تشریح فرمایید.**

شرکت آرد خوشه فارس به منظور بهبود و به روز کردن فناوری تولید و ارتقای کیفی و کمی محصولات خود همواره اقدام به نوسازی و نصب تجهیزات و ماشین‌آلات جدید در خطوط تولید کرده است و تداوم این سیاست را یکی از اصول خدشه‌ناپذیر خود می‌شمارد. در این راستا مبادرت به تولید محصولات جدید همچون جوانه و سبوس گندم فراوری‌شده و شروع طرح پژوهشی مشترک با دانشگاه علوم پزشکی شیراز در خصوص تولید محصولات بدون گلوتن کرده است. این شرکت همچنین دارای طیف گسترده‌ای از محصولات است که شامل آردهای تخصصی مانند آرد کروسان، آرد کره‌ای دانمارکی، آرد ستاره خانگی، آرد سمولینا، آرد گندم کامل، آرد خمیر پیتزا و آردهای عمومی مانند آردهای سنتی و حجیم و نیمه‌حجیم برای پخت انواع نان، آرد جهت پخت انواع کیک و شیرینی و مصارف خانگی است. عمده محصولات این شرکت غنی‌شده با آهن و اسید فولیک است که در تولید آن‌ها و رعایت اصول ایمنی و کیفی تلاش کرده و بدین منظور الگوی مناسبی را بر مبنای استاندارد ISO 22000:2005 (در برگیرنده الزامات و اطمینان از کارایی استانداردهای GMP و ISO 9001:2015) شناسایی و طرح‌ریزی کرده است.

■ **گستره فعالیت‌های بازاریابی، فروش و توزیع محصولات شرکت آرد خوشه فارس را بیان کنید.**

فرآیند بازاریابی در شرکت آرد خوشه فارس به عنوان یک فعالیت راهبردی تعریف شده است. این فعالیت پیش از آنکه مشتریان وارد این چرخه خرید و فروش شوند، آغاز می‌شود؛ نه زمانی که محصول نهایی آماده فروش است. شرکت آرد خوشه فارس همواره با تحلیل رفتار خرید مشتریان و شناخت بازار این صنعت در طی سال‌های فعالیت خود همواره رابطه دوطرفه را حفظ و در توسعه آن کوشا بوده است. علاوه بر شناسایی نیازهای مشتریان که به صورت مستمر صورت می‌گیرد، به تقاضاهای دیگر آن‌ها نیز به شکل اصولی و دقیق پاسخ داده می‌شود و با نفوذ به قلب و ذهن مشتریان خود باعث شده همواره مشتریان برای تولید محصولات نهایی خود از این شرکت راهنمایی و راهکار گرفته و این امر در انتخاب آرد تخصصی و مناسب آن‌ها کمک کرده و باعث کاهش و صرفه جویی در استفاده از مواد اولیه جانبی شده است. اساس حرکت بازاریابی این شرکت جلوگیری از هدررفتن منابع و امکانات گوناگون و یافتن مناسب‌ترین جایگاه محصول در بازار است.

■ **چه اقدامات، فرآیندها و سیاست‌گذاری‌هایی سبب انتخاب شرکت آرد خوشه فارس به عنوان واحد نمونه روز جهانی استاندارد در ۱۳۸۹ شده است؟**

شرکت تولیدی آرد خوشه فارس با رویکرد توسعه صادرات سعی کرده گامی موثر در توسعه اهداف کمی و کیفی و نزدیک‌شدن به استانداردهای جهانی در دستور کار خود داشته باشد. شاخص‌هایی چون بهبود کیفیت و عمر محصول، انعطاف در روش‌های نوین تولید و ارتباط با مشتریان، همواره با چالش بیشتری همراه است و این شرکت با بهبود مستمر فرآیندهای خود و استفاده از الگوهای استاندارد از جمله ISO و ISO 22000:2005 و GMP و 9001:2015 تلاش بی‌وقفه خود را در جهت تأمین مواد اولیه باکیفیت و مطابق با استاندارد انجام داده است.

■ **برتری در حوزه استاندارد، چگونه می‌تواند معرف خوبی برای مقبولیت در جامعه باشد؟ لازمه ایجاد**



راهبردی در سیاست‌گذاری‌های بخش کشاورزی باید جایگاهی ویژه داشته باشد و با توجه به اینکه عملکرد گندم تابع عوامل متعددی است و قیمت گندم با میزان تولید آن ارتباط مستقیم دارد، تغییرات بلندمدت در قیمت باعث ایجاد تغییرات در سطح زیرکشت گندم خواهد شد. در این حوزه، معضلات قیمتی، حضور دلان پر شمار، نبود مرجع قیمتی و کیفیت پایین کالاها مطرح است که بورس می‌تواند تاثیر مناسبی بر حل این مشکلات داشته باشد. از جمله نکات مثبت عرضه گندم در بورس کالا، میرا کردن کشاورزان از اتهام ناخالص بودن گندم است؛ زیرا با توجه به اینکه قبل از عرضه گندم در بورس، کیفیت محصول از سوی کارشناسان بررسی می‌شود، می‌توان ثابت کرد که گندم کاران از ادغام گندم با خاک، میرا هستند؛ البته موفقیت عرضه محصولات کشاورزی از جمله گندم در بورس در گرو مهیا بودن زیرساخت‌هاست؛ به همین منظور دولت برای تغییر در نحوه فروش گندم، باید زیرساخت‌های لازم را فراهم کند.

■ علت نوسان‌های قیمت سبوس در سال‌های اخیر در کشور چیست؟ با چه فرآیندی این مشکل رفع خواهد شد؟

به نظر می‌رسد هیچ‌گاه قیمت‌های دستوری نتوانسته در بازار تعادل درازمدت و قابل اطمینان را رقم بزند، قیمت سبوس هم از این قاعده مستثنا نبوده و نیست. در این راستا با توجه به تاثیر پذیری قیمت گوشت و لبنیات از قیمت سبوس و همچنین سایر نهاده‌های کشاورزی وارداتی بایستی دولت طی برنامه‌های مدون کوتاه‌مدت و میان‌مدت، سیاست‌گذاری صحیح و مشخصی را در این حوزه (مقدار زمان مناسب واردات) در پیش گرفته و از تصمیم‌های هیجانی و آنی پرهیز کند تا بازار توسط بخش خصوصی روند منطقی خود را پیدا کرده و نهایتاً نوسان‌ها در این حوزه به کمترین میزان خود برسد.

■ در رابطه با کمبود گندم در سال آینده، نگرانی‌هایی وجود دارد. به‌عنوان فعال این حوزه، توضیحاتی ارائه دهید.

با وجود تاکید دولت و ضرورت خودکفایی در محصولات کشاورزی، به‌ویژه گندم و با توجه به کسری این محصول و تامین گندم مورد نیاز برای کشور و در صورت قابل توجه بودن جهت صادرات، اقدامات اولیه به‌منظور واردات این محصول و تامین ذخایر استراتژیک، از سوی بخش دولتی برنامه‌ریزی شده است؛ همچنین بی‌رغبتی کشاورزان برای کاشت این محصول راهبردی به‌دلیل افزایش هزینه‌های کاشت و نبود بارندگی کافی در بعضی مناطق، وقوع سیل و از بین رفتن محصولات کشاورزی در بعضی استان‌ها، عدم رضایت کشاورزان از نرخ تضمینی گندم و تاخیر در پرداخت مطالبات کشاورزان و افزایش قیمت نهاده‌های دامی سبب کسری این محصول شده است. این کسری باعث شده چهار سال خودکفایی ایران در گندم به وابستگی تبدیل شود. واردات گندم در کوتاه‌مدت کسری را جبران، اما در بلندمدت با توجه به خروج ارز در وهله نخست، ضرر دولت و به موجب آن، زبان تولیدکنندگان و در نهایت کشاورزان داخلی را در بر خواهد داشت.

■ نظر حضرتعالی در رابطه با سیستم کنونی توزیع گندم و آرد در کشور چیست؟ جایگاه دلال‌ها در این سیستم کجاست؟ پیشنهادهای شما در این خصوص چیست؟ برخی فعالان صنعت آرد، از عدم وجود اولویت تخصیص آرد به کارخانه‌های آرد گلایه دارند. نظر شما در این رابطه چیست؟

باتوجه به اینکه گندم محصول راهبردی به‌شمار می‌رود، ضروری است سهم مشخصی از حجم توزیع این محصول در مالکیت دولت باقی بماند، تا هم بر قیمت بازار کنترل داشته باشد و هم ذخایر استراتژیک را به‌درستی مدیریت کند و احتمال وقوع مخاطرات امنیتی را به حداقل برساند. از طرفی، مدیریت خرد را باید به بخش خصوصی سپرد و در یک فضای

در این خصوص چیست؟ انتظارات شما به‌عنوان یکی از واحدهای شاخص این حوزه از دولت چیست؟

با توجه به شیوع ویروس کرونا در کل جهان و ایجاد مشکلات معیشتی و اقتصادی برای تمام بنگاه‌های اقتصادی، فعالان صنعت آرد نیز در این شرایط سعی بر آن داشتند که راهکارهای موثری برای کنترل هزینه‌های این صنعت ارائه و برای محقق شدن آن‌ها تلاش کنند. با توجه به ثابت نگه‌داشتن نرخ فروش آرد یارانه‌ای و افزایش هزینه‌های تامین مواد اولیه در کنار سایر هزینه‌های تولید که به‌عنوان مانع اصلی تولید در کارخانه‌های آرد است، می‌توان به هزینه‌های گزاف کرایه حمل، بی‌ثباتی در قیمت‌گذاری، هزینه‌های کیسه و... اشاره کرد؛ لذا برای جبران بخشی از هزینه‌های تولید آرد با نرخ مصوب، پیشنهاد می‌شود، استفاده مجدد کارخانه‌های آرد از کیسه‌های آردی درجه دو از واحدهای خبازی و همچنین اختصاص سهمیه خرید مواد اولیه از بورس کالا و امکان تامین مواد اولیه به‌صورت یارانه‌ای در دستور کار قرار گیرد.

■ افتخارها و موفقیت‌های کسب‌شده از سوی شرکت طی سال‌های اخیر در چه زمینه‌هایی بوده است؟

**این شرکت، تاکنون موفق به کسب افتخارهای ذیل شده است:**

کار آفرین نمونه (۱۳۸۶)، صادر کننده نمونه (۱۳۸۷)، واحد صنعتی نمونه (۱۳۸۷)، واحد صنعتی برتر معاونت غذا و دارو (۱۳۸۷)، صادر کننده نمونه (۱۳۸۸)، کارخانه برتر آردسازی کشوری (۱۳۸۸)، واحد نمونه اداره نظارت بر مواد غذایی (۱۳۸۹)، واحد نمونه آردسازی (۱۳۸۹)، واحد نمونه سازمان صنایع و معادن (۱۳۹۰)، واحد نمونه استاندارد (۱۳۹۰)، صادر کننده برتر (۱۳۹۰)، واحد برگزیده همایش اهمیت مدیریت بر ایمنی و سلامت غذا (۱۳۹۱)، واحد برگزیده سومین جشنواره ملی تجلیل از کارآفرینان و تکریم از واحدهای اشتغال‌زای کشور (۱۳۹۱)، واحد برتر صنایع غذایی (۱۳۹۱)، کارخانه برتر آردسازی (۱۳۹۲) کانون انجمن‌های صنفی صنایع آرد ایران، واحد نمونه صنعتی (۱۳۹۳)، واحد نمونه صنعتی (۱۳۹۴)، واحد نمونه صنعتی (۱۳۹۵)، واحد برتر همایش تقدیر از یک‌صد برند برتر ملی ایران (۱۳۹۶)، اولین صادر کننده گندم پس از تحریم‌ها در (۱۳۹۶)، اولین صادر کننده گندم و آرد به کشورهای عراق، قطر، هند، تانزانیا، امارات، کویت و عمان، واحد تقدیر شده از سوی سازمان بیمه تامین اجتماعی استان فارس، واحد نمونه صنعتی (۱۳۹۶)، واحد برگزیده دهمین جشنواره ملی تجلیل از کارآفرینان و تکریم از واحدهای اشتغال‌زای کشور (۱۳۹۷)، صادر کننده نمونه (۱۳۹۷)، واحد نمونه استان فارس سازمان غذا و دارو در گروه صنایع آرد و غلات (۱۳۹۷)، صادر کننده نمونه (۱۳۹۸)، واحد برگزیده یازدهمین جشنواره ملی تجلیل از کارآفرینان و تکریم از واحدهای اشتغال‌زای کشور (۱۳۹۸)، واحد نمونه صنعتی (۱۳۹۸) سازمان صنعت، معدن و تجارت، واحد برتر زنجیره گندم، آرد و نان (۱۳۹۸)، واحد برگزیده پیشرو در حوزه برندسازی، واحد نمونه استاندارد استان فارس (۱۳۹۸).

■ عرضه گندم در بورس چه تاثیری بر صنعت آرد کشور خواهد داشت؟

بازار محصولات کشاورزی در ایران همواره با مشکلات ساختاری متعددی نظیر ضعف سیستم بازاریابی و بازاریابی، نوسان‌های قیمت، نبود زیرساخت‌های مناسب برای حمل‌ونقل و مواردی مشابه روبه‌رو بوده که بخش عمده‌ای از این مشکلات مربوط به ساختار سنتی و ناکارایی بازار محصولات کشاورزی است. در جهت کاهش ناکارآمدی‌های بازار محصولات کشاورزی، شفاف‌سازی و کشف قیمت صحیح، کنترل نوسان‌های قیمت محصولات و تنظیم عرضه و تقاضای محصولات کشاورزی، بورس به‌عنوان یک بازار مدرن و شفاف، یکی از مسیرهای اصلی برای اصلاح به‌شمار می‌رود. با توجه به اینکه گندم به‌عنوان یک محصول

هدف صادراتی، بسته بودن مرزها برای مدت کوتاهی به دلیل پاندمی، عدم ریسک پذیری صادرکنندگان با توجه به پاندمی، کم‌رنگ شدن مشوق‌های صادراتی، مشکلات در واردات و تامین مواد اولیه مانند آنزیم‌ها و... عدم توجه به رقبا خارجی و برندسازی کالاهای ایرانی توسط بیشتر صادرکنندگان در بازارهای هدف که منجر به از دست دادن بازارها و حضور مستمر شده و ورود مجدد برای دیگر صادرکنندگان را سخت خواهد کرد، اشاره کرد.

انتظار می‌رود با تعامل بیش از پیش مسوولان دولتی با بخش خصوصی و اتخاذ سیاست‌های صادراتی، به تفاهم مشترکی در چهارچوب عملکرد و صادرات آرد رسیده و بتوانیم از فرصت‌های صادراتی علاوه بر کشورهای همسایه به مقاصد دیگر نیز استفاده کنیم.

**■ فرآیند تولید محصول باکیفیت و مورد قبول مصرف‌کنندگان در شرکت آرد خوشه فارس به چه صورت است؟**

اولین فرآیند در چرخه تولید آرد، انتقال آرد به کارخانه است که به محض ورود به کارخانه برای سنجش مرغوبیت گندم از نظر کیفی و کمی توسط واحد کیفی این شرکت که به جدیدترین تجهیزات آزمایشگاهی مجهز است، مورد ارزیابی قرار گرفته و پس از فرآیند توزین برای بوجاری و اختلاط وارد خط شده تا این فرآیند که شامل مراحل چون پوست‌گیری، شن‌گیری، سیاه‌دانه‌گیر و نم‌زن است، تکمیل و با وارد شدن به دستگاه والس اولین مرحله از تبدیل گندم به آرد در آن صورت گیرد. این فرآیند تا والس آخر ادامه می‌یابد. پس از آن برای اطمینان از صحت کار تولید، نمونه‌برداری مجدد از سوی واحد کیفی انجام می‌شود.

رقابتی، کیفیت نظام توزیع را بالا برد. در بخش گندم و نان به‌مثابه دیگر محصولات کشاورزی، ردپای دلان را می‌توان دید؛ با این تفاوت که در اینجا به دلیل تعیین سقف قیمت توسط دولت، حضور دلان تأثیری بر قیمت مصرف‌کننده ندارد؛ ولی کیفیت محصول نهایی را به شدت کاهش می‌دهد؛ برای نمونه می‌توان به پیش‌فروش محصول کشاورز با قیمتی نازل (به علت مشکلات اقتصادی کشاورز) یا خرید گندم با پس‌فرستاده سیلواها از کشاورز به بهانه آفت‌زدگی و فروش همان محصول از سوی دلان به سیلودارها اشاره کرد؛ همچنین افزایش قیمت نهاده‌های دامی باعث شد تعداد زیادی از کشاورزان یا گندم را برای دام‌های خود نگهداری کنند یا آن را به دلانی که پول نقد در ازای گندم می‌دادند، بدهند.

**■ آیا در شرایط فعلی، در حوزه صادرات هم فعالیت دارید؟ اصلی‌ترین مشکلات و تنگناهای پیش روی صادرات محصولات آردی به سایر کشورها چیست؟**

افزایش صادرات غیرنفتی جزو سیاست‌های مهم و اصلی نظام در تمام دولت‌ها بوده است. در هر صورت ارزآوری و شناخت کالای ایرانی به صورت فرامرزی از افتخارات اقتصادی و عملکرد هر دولت به‌شمار می‌آید؛ اما در عمل، صادرات با دشواری‌های زیادی مواجه است. با توجه به شیوع پاندمی کرونا و شوک ناشی از آن در بازار عرضه و تقاضا، صادرات محصولات به‌ویژه آرد، با مشکلاتی روبه‌رو بوده است که از جمله آن‌ها می‌توان به تعرفه‌های صادراتی، نوسان‌های نرخ ارز، انتقال ارز و برگشت ارز حاصل از صادرات، نبود گندم کافی در کشور و نیاز به تامین گندم موردنیاز از محل عبور موقت، افزایش هزینه حمل‌ونقل دریایی و حمل یکسره به بازارهای



■ توانمندی‌ها، گستره فعالیت‌ها و نوع محصولات شرکت را به صورت کامل تشریح فرمایید.

دامنه فعالیت این شرکت، گستره‌ای از انواع محصولات آبزیان است که عبارت‌اند از: انواع کنسرو ماهی در اوزان مختلف و طعم‌های متفاوت، توانمندی‌ها و برنامه‌های توسعه‌ای این شرکت نیز عبارت است از: تولید انواع فرآورده‌های غذایی دریایی آماده مصرف مانند انواع محصولات سوخاری، ناگت، فیله‌های کبابی، برگ ماهی و میگو و محصولات مشابه. این شرکت با دارا بودن واحد تحقیق و توسعه، در حال کار روی انواع محصولات ارزش افزوده دریایی است تا ضمن بهبود فرهنگ مصرف آبزیان در جامعه و آرایه محصولات با طعم و کیفیت خاص، سهمی در ایجاد سلامت جامعه و ارتقای کیفیت سبد غذایی مردم از لحاظ ارزش تغذیه‌ای، داشته باشد.

■ جلب رضایت مشتریان در شرکت افق طلایی ماهان با چه سیاست و فرآیندی است و در این راستا چه اقدامات خاصی صورت گرفته است؟

برای جلب رضایت مشتریان، سیاست و استراتژی این شرکت، برقراری ارتباط فعال و اثربخش با مشتریان و خصوصاً مصرف‌کنندگان خود است تا پس از شناسایی نیازهای آن‌ها، موارد و مشکلات تولید را در قالب نظرسنجی و استقرار سیستم CRM مرتفع و همواره دانش فنی خود را به روز کرده و موجبات رضایت مشتریان در سطوح مختلف را فراهم آورد.

■ چه اقدامات، فرآیندها و پارامترهایی باعث انتخاب شرکت افق طلایی ماهان به عنوان واحد نمونه روز جهانی غذا در ۱۳۹۷ شده است؟

شاید اگر بخواهیم این مورد را در یک کلمه بیان کنیم، «انطباق» لغت مناسبی باشد. این شرکت با انطباق کلیه فرآیندهای خود با استانداردهای ملی ایران، دستورالعمل‌ها و موازین بهداشتی مراجع ذی صلاح دولتی از جمله اداره استاندارد، سازمان دامپزشکی، اداره نظارت بر بهداشت مواد غذایی و سایر ارگان‌های مرتبط در زمینه‌های مختلف تولید؛ از تامین و دریافت مواد اولیه، فراوری و تولید محصولات و سیستم شناسایی و



قاسم زائر محمدی؛

مدیرعامل شرکت افق طلایی ماهان (لانجین)

واحد نمونه روز جهانی غذا در سال ۱۳۹۷

قاسم زائر محمدی متولد ۱۳۵۱، فارغ‌التحصیل رشته حقوق، مدیرعامل و رییس هیات‌مدیره مجتمع صنایع غذایی افق طلایی ماهان و رییس هیات‌مدیره شرکت تعاونی فرآورده‌های دریایی ماهان بندرلنگه و دارای ۲۰ سال سابقه فعالیت مستمر در حوزه فراوری و تجارت آبزیان است. شرکت افق طلایی ماهان با نام تجاری لانجین با هدف تولید غذاهای دریایی در ۱۳۹۴ در زمینی به مساحت ۹/۳۰۰ متر و زیربنای بیش از هفت هزار مترمربع در شهرک صنعتی بزرگ شیراز احداث شد. ظرفیت تولید این کارخانه روزانه ۷۰ هزار قوطی انواع کنسرو آبزیان است که در حال حاضر با حدود ۵۰ درصد ظرفیت و اشتغال‌زایی حدود ۵۰ نفر فعالیت دارد.



ماهی در ایران، تقریباً در تمامی شرکت‌ها یکسان است و تنها آرم و علایم روی این محصولات تا حدی باعث جلب مشتری می‌شود، تلاش کرده‌ایم با الگوبرداری از بازارهای جهانی، بسته‌بندی‌های جدیدی را در محصولات کنسروی ایجاد کنیم، بسته‌بندی‌هایی که ضمن نگهداری و محافظت از محصول، بتوانند کیفیت محصول را در معرض دید مشتری قرار دهند و از طرفی برای سایر محصولات نیز بسته‌بندی‌هایی را طراحی کرده‌ایم تا با توجه به قیمت بالای محصولات دریایی، خرید این فرآورده‌ها را برای کلیه اقشار جامعه امکان‌پذیر سازیم.

■ اصلی‌ترین مشکلات و تنگناهای پیش روی شرکت افق طلایی ماهان و به‌طور کلی صنایع غذایی استان در تامین مواد اولیه و تجهیزات موردنیاز، تولید و توزیع محصولات چیست و برای حل این مشکلات از چه راهکارهایی استفاده کرده‌اید؟ انتظاراتی شما از دولت چیست؟

مهم‌ترین چالش‌هایی که ما با آن‌ها روبه‌رویم، عدم ثبات قیمت‌های مواد اولیه و لوازم بسته‌بندی است که این موضوع، علاوه بر ایجاد مشکلات تولید، باعث بی‌اعتمادی مشتریان شده و از طرف دیگر زمینه رقابت ناسالم از طرف برخی تولیدکننده‌ها را فراهم خواهد کرد. سودهای بانکی بالا، یکی دیگر از مشکلات فراروی تولیدکنندگان است که توان رقابت با محصولات مشابه خارجی برای حضور در بازارهای بین‌المللی را کاهش می‌دهد. علاوه بر این، مالیات‌های سنگین و عدم حمایت دولت از این بخش، از دیگر چالش‌هایی است که با آن مواجه هستیم.

■ اهداف و آرمان‌های پیش روی شما در این شرکت چیست؟  
مهم‌ترین اهداف این شرکت در سه محور خلاصه می‌شود:

- الف) نوآوری در محصولات جدید آبریان به شکلی که برای هر ذائقه‌ای و هر سبک زندگی، محصولی شایسته تولید و ارایه کنیم؛
- ب) توسعه منابع انسانی و ارتقای سطح دانش تخصصی پرسنل در کلیه زمینه‌ها؛
- ج) استقرار و تکمیل چرخه تولید آبریان از تکثیر و پرورش تا حمل و نقل، انبارش، تولید و عرضه در سطح کشور و بازارهای دور و نزدیک در سراسر جهان.



ردیابی محصول، توانسته به موفقیت‌هایی دست پیدا کند که باعث شناخت بهتر آن در جامعه شده است. یکی از مواردی که در این زمینه اثرگذار بوده، تعهد مدیریت سازمان و پرسنل زیرمجموعه، در به‌روز آوری دانش سازمانی و حرکت در مسیر درست بوده است.

■ یکی از مهم‌ترین شاخص‌های انتخاب واحدهای نمونه روز جهانی غذا، ایمنی، سلامت و کیفیت محصولات تولیدی است. شرکت افق طلایی ماهان در فرآیند تولید فرآورده‌های کنسروی، به‌ویژه در شاخه کنسروماهی با بالاترین سطح ایمنی و کیفی، از چه روش‌ها و فرآیندهایی برای موفقیت در این بخش بهره گرفته است؟

این شرکت در تولید محصولات خود، از سیستم‌های ایمنی مواد غذایی از جمله HACCP بهره می‌برد؛ هر چند هنوز اقدامی برای دریافت گواهینامه‌های مزبور نکرده‌ایم. استقرار این سیستم‌ها در سطح کارخانه از یک طرف و تامین مواد اولیه سالم و ایمن از سوی دیگر، باعث خلق محصولات ایمن و سالم می‌شود و از طرف دیگر با توجه به اینکه این شرکت، یکی از تامین‌کنندگان آبریان در جنوب کشور است، همواره مواد اولیه خود را از منابع معتبر و با کیفیت بسیار بالا تامین می‌کند؛ تا جایی که در برخی موارد، ماهی و میگوی مورد استفاده در محصولات، به‌صورت تازه و گرم هستند؛ در نتیجه کیفیت محصولات این شرکت از لحاظ طعم و مزه و سایر خواص ارگانولپتیکی در حد بسیار مطلوبی قرار دارند.

■ با توجه به حساسیت جامعه در زمینه استفاده از فرآورده‌های کنسروی، به‌ویژه ماهی کنسروی، از چه راهکارهایی برای جلب میل بیشتر مصرف‌کنندگان به خرید محصولات شرکت و اطمینان خاطر آن‌ها استفاده می‌کنید؟

همان‌طور که قبلاً اشاره شد، به منظور جلب تمایل جامعه به مصرف محصولات دریایی، طعم‌های مختلفی را در کنسرو ایجاد کرده‌ایم و در حال تولید محصولاتی هستیم که رقیب بسیار جدی محصولات گوشت قرمز و مرغ خواهند بود. علاوه بر این، با قطعه‌بندی و طعم‌دار کردن برخی محصولات، استفاده از آبریان در آشپزی را برای خانواده‌ها آسان‌تر کرده‌ایم. با استفاده از فرمول‌ها و تکنیک‌هایی که ما در آن متخصص هستیم، بوی زهم ماهی را گرفته و از این جهت تمایل به مصرف رانیز بالا خواهیم برد.

■ در زمینه ارایه محصولات با بسته‌بندی و شکل ظاهری جذاب و البته باکیفیت، برنامه و سیاست افق طلایی ماهان چیست؟ به چه میزان در این زمینه موفق بوده‌اید؟

با توجه به اینکه شکل ظروف مورد استفاده برای کنسرو

ضد عفونی و فرآوری محصولات استفاده کند. هدف از مدرنیزه کردن خط تولید، سلامت بیشتر محصول، سرعت کار و میزان تولید بالاست.

■ برنامه‌ها و سیاست‌های راهبردی این شرکت برای حفظ و ارتقای کیفیت محصولات شرکت چیست؟

کارخانه ما در نظر دارد برای حفظ، ارتقا و افزایش کیفیت محصولات، از ماشین‌آلات مدرن برای بسته‌بندی‌های به‌روز و تیم حرفه‌ای کنترل کیفیت استفاده کند؛ همچنین برای دسترسی بهتر مصرف‌کنندگان به محصولات، با فروش اینترنتی به جامعه خدمت‌رسانی ویژه‌ای داشته باشد.

■ با توجه به حساسیت جامعه در زمینه استفاده از سبزیجات، به خصوص سبزیجات بسته‌بندی‌شده آماده مصرف، چه راهکارهایی برای افزایش رضایتمندی مصرف‌کنندگان از نظر سلامت و ایمنی محصولات دارید؟

با توجه به اینکه سبزیجات جایگاه ویژه‌ای در برنامه غذایی افراد دارند، حفظ امنیت و سلامت این محصولات بسیار حایز اهمیت است؛ از این‌رو استفاده از دستگاه‌ها و ماشین‌آلات مدرن برای ضد عفونی، فرآوری محصولات و پاکسازی محیط فرآوری به‌طور مرتب، از راهکارهای مناسب و به‌صرفه برای افزایش رضایتمندی مصرف‌کنندگان در این خصوص است.

■ سیستم بسته‌بندی مدرن و باکیفیت در این شرکت چه جایگاهی دارد؟ به‌طور کلی شکل بسته‌بندی چه تاثیری بر میل خرید مصرف‌کنندگان و همچنین ماندگاری و حفظ کیفیت محصول دارد؟ در بسته‌بندی سبزیجات برای حفظ سلامت و ایمنی محصول و ماندگاری بیشتر آن از چه روش‌هایی استفاده می‌کنید؟

تولیدی کلانی به بسته‌بندی اهمیت خاصی می‌دهد؛ از این‌رو از ماشین‌آلات مدرن در این فرآیند استفاده می‌کند. یکی از معیارهای خرید محصول از نظر مصرف‌کننده، ظاهر و بسته‌بندی محصول مورد نظر است؛ بنابراین ظاهر مناسب، زیبا، مستحکم و باکیفیت، تأثیر بسزایی بر میل خرید دارد و باعث حفظ کیفیت محصول و ماندگاری آن در ذهن‌ها می‌شود. استفاده از بسته‌بندی‌های و کیوم و همچنین تزریق گاز ازت، ماندگاری افزایش پیدا می‌کند و باعث حفظ کیفیت محصول می‌شود.

■ آیا محصولات شرکت، امکان عرضه در بازارهای خارجی را هم دارند؟ لطفاً توضیح دهید.

یکی از اهداف این واحد تولیدی، با توجه به بالابودن کیفیت محصولات، به‌منظور برندسازی و معرفی توانمندی‌های تولیدی ایران به بازارهای خارجی، صادرات محصولات به خارج از کشور است.

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

ما در نظر داریم با ایجاد سردخانه و سورتینگ‌های متعدد، صادرات بیشتری داشته باشیم. کشف بازارهای جدید و قدرتمند، تولید محصولات ارگانیک و سلامت و ایجاد بسته‌بندی جدید و به‌روز از چشم‌اندازهای مجموعه تولیدی ماست.



شرکت تولیدی کلانی (شانون)

مدیرعامل: رضا کلانی

رضا کلانی متولد ۱۳۶۸، دارای مدرک مهندسی مکانیک و مدیرعامل کارخانه تولیدی کلانی است. این واحد با تولید سبزیجات تازه، خشک، منجمد و صادرات انواع سبزیجات، سیفی جات و میوه‌جات در جنوب کشور در جهت ایجاد کارآفرینی، فعالیت خود را در ۱۳۹۳ با نام تجاری شانون آغاز کرد. ظرفیت تولید کارخانه، سالانه ۱۰۰۰ تن و میزان اشتغال‌زایی این مجموعه ۸۰ نفر پرسنل تولید و نیروهای متخصص است.

■ محصولات شرکت را به‌صورت کامل معرفی کنید.

تولید و بسته‌بندی انواع سبزیجات خردشده (تازه، منجمد و خشک)، سیفی جات منجمد و میوه‌جات.

■ محدوده جغرافیایی توزیع محصولات شرکت و نحوه پاسخ‌دهی به تقاضاهای تهیه محصولات به چه صورت است؟ مصرف‌کنندگان چگونه می‌توانند محصولات مورد نظر را به آسانی تهیه کنند؟

محدوده جغرافیایی توزیع محصولات، سراسر استان فارس، منطقه جنوب کشور و کشورهای حوزه خلیج فارس است. نحوه پاسخگویی شرکت به تقاضای تهیه محصولات از طریق وب‌سایت و اینستاگرام rezakolae است. مصرف‌کنندگان از طریق فروشگاه‌های معتبر و ثبت سفارش‌های اینترنتی، تلفنی و حضوری می‌توانند محصولات را تهیه کنند.

■ هدف ایجاد و تاسیس این شرکت را بیان کنید.

رفع نیاز جامعه مصرف‌کنندگان و اشتغال‌زایی و درآمدزایی برای افراد متخصص این حوزه، به‌عنوان تولیدکننده سبزیجات بسته‌بندی‌شده، وضعیت تولید این محصول را در سطح استان و کشور چگونه ارزیابی می‌کنید؟

با توجه به اینکه نظارتی بر تولید محصولات نیست، افراد سودجو به‌صورت خانگی و غیربهداشتی این محصولات را فرآوری و در بازار عرضه می‌کنند. تولیدی کلانی با استفاده از ماشین‌آلات مدرن، در شرایط محیطی تمیز، در راستای تولید بهداشتی و فرآوری سالم محصولات، با قیمتی مناسب برای مصرف‌کننده و ایجاد رقابت اصولی در بازار اقدام کرده است.

■ ماشین‌آلات و تکنولوژی‌های به‌کارگرفته شده در این واحد تولیدی در چه سطحی است؟ به‌طور کلی مدرنیزه کردن خط تولید در واحدهای منابع غذایی، چه تاثیرات مثبتی به‌همراه دارد؟

سبزیجات به‌دلیل آلودگی‌های فراوانی که از خاک زمین دریافت می‌کنند، نیازمند شست‌وشو و فرآوری مکانیزه‌اند؛ از این‌رو تولیدی کلانی توانسته است از ماشین‌آلات تمام‌اتوماتیک برای

PDF Compressor Free Version



کشتار گاه صنعتی مرغ

# بایا

کشتار مرغ و طیور / بسته بندی و فروش

کارخانه : شیراز، کیلومتر ۲۵ جاده جهرم، قبل از روستای بید زرد سفلی  
دفتر مرکزی: شیراز - بلوار ستارخان - ساختمان سیلور - طبقه پنجم  
۳۶۲۸۹۵۵۱ (۰۷۱) / ۳۶۲۶۹۶۸۲ (۰۷۱) / ۳۶۲۶۳۴۷۷ (۰۷۱)





# مجتمع کارخانجات آرد شیراز و دادلی

Shiraz and Dadly Flour Factories Complex

مجتمع تولیدی صنایع غذایی متشکل از دو کارخانه دادلی با نام تجاری تینا و کارخانه آرد شیراز با نام تجاری ماهور با مساحت ۳۹۰۰۰ متر مربع در منطقه مرودشت استان فارس در سال ۱۳۵۴ تاسیس گردید. در حال حاضر این شرکت با ایجاد تغییرات و نوآوری در خطوط تولید با توان بیش از پیش محصولات خود را به بازار عرضه می نماید.

## شرکت دادلی تولید کننده



انواع بیسکویت، ویفر، اسنک و پاکورن با ظرفیت های تولیدی فعالیت می کند.

## شرکت آرد شیراز تولید کننده



آرد تافتون، لواش، نول ستاره، بربری، سنگک کامل و سبوس و آرد بسته بندی در اوزان مختلف



PDF Compressor Free Version



## ماشین آلات و تجهیزات بخش تولید

- ماشین آلات خط بیسکویت از کمپانی WERNER&PFLEHDERER آلمان
- ماشین آلات خط بسته بندی از کمپانی SIG سوئیس
- ماشین آلات خط ویفر از کمپانی FRAN SHAAS اتریش
- ماشین آلات خط تولید اسنک کمپانی BUHLER آلمان
- ماشین آلات خط تولید آرد BUHLER آلمان

## برادر جدید تینا



آرد گندم ماهور



آدرس کارخانه ◀ فارس . کیلومتر ۴ جاده تخت جمشید ده خط ▶ ۰۷۱- ۴۳ ۳۳ ۳۷ ۲۲

شماره تماس بخش بازرگانی و فروش ▶ ۰۷۱- ۴۳ ۳۳ ۷۲ ۸۳ | ۰۷۱- ۴۳ ۳۳ ۷۳ ۸۲ | ۰۹۱۷ ۷۲۹ ۴۹ ۸۲ | ۰۹۱۷ ۷۲۹ ۵۵ ۸۲

PDF Compressor Free Version



## تلاش ما تحقق رضایت شماست

[www.kffmills.com](http://www.kffmills.com)

Kff\_mills

### کارخانه و دفتر مرکزی:

شیراز، بلوار مدرس، خیابان شهید دوران  
کد پستی: ۷۱۵۷۹۵۵۷۹  
تلفن: ۷۲۰۰۱۰۵، ۷۲۰۰۱۰۲ (۷۱۳)  
نمابر: ۷۲۰۶۷۱۲ (۷۱۳)

### دفتر تهران:

تقاطع خیابان ولیعصر و شهید بهشتی،  
کوچه زرین، پلاک ۷، طبقه ۴  
کد پستی: ۱۵۱۱۶۳۴۱۱۳  
تلفن: ۸۸۷۰۱۷۷۵، ۸۸۷۰۱۷۱۱ (۲۱)  
نمابر: ۸۸۷۰۱۷۸۰ (۲۱)  
ایمیل: [infothr@kffmills.com](mailto:infothr@kffmills.com)



# رب گوجه‌فرنگی

## ■ گوجه‌فرنگی

و ابتلا به سرطان است. از جمله دیگر خواص رب گوجه‌فرنگی خاصیت ضد آفتاب بودن آن است.

## ■ فرآیند تولید رب گوجه‌فرنگی

### دریافت گوجه‌فرنگی از مزرعه

معمولاً گوجه‌فرنگی‌ها را در جعبه‌های ۱۰ تا ۲۵ کیلو گرمی چوبی یا پلاستیکی از مزرعه به کارخانه حمل می‌کنند؛ سپس در آنجا به وسیله دستگاه نوار نقاله به تانک خیس کننده ریخته می‌شوند.

در هنگام ورود محصول به کارخانه باید به نکات ذیل توجه کرد:

(الف) یکنواختی رنگ؛

(ب) وجود محصول خیلی رسیده یا نارس؛

(ج) وجود قارچ‌ها یا حشرات؛

(د) تمیزی جعبه‌ها و وسایل حمل و نقل؛

(ت) وجود وارنیه‌های مختلف.

### شست‌وشوی محصول ورودی به کارخانه

گوجه‌فرنگی قبل از سورتینگ باید کاملاً تمیز شود. عملیات شست‌وشو را به دو دسته تقسیم کرده‌اند:

۱. مرحله خیس‌اندن؛

۲. مرحله شست‌وشو به وسیله اسپری کردن آب.

در مرحله خیس‌اندن بایستی عمق، عرض و فشار آب در مخزن یا تانک به اندازه کافی باشد تا از تراکم گوجه‌فرنگی جلوگیری شود. بعضی مواقع از مواد تراژانت که کمی خاصیت کف‌کنندگی دارند، برای شست‌وشوی بهتر استفاده می‌شود.

استفاده از محلول هیپوکلریت سدیم در آب تانک خیس‌کننده به مقدار ۶ تا ۸ ppm فساد حاصل از باکتری‌های ترموفیل را نیز کم می‌کند.

### سورت‌کردن و لکه‌گیری:

در کارخانه‌ها مدرن عمل سورت‌کردن روی نقاله‌های غلطکی در جایی که محصول را در تمام جهات آن می‌چرخانند، انجام می‌شود. مزیت این نقاله‌ها در این است که

گوجه‌فرنگی یکی از سبزیجات و میوه‌های سرخ‌رنگ و خوشبو و آبدار است. این گیاه بومی آمریکای جنوبی و مرکزی است که طی دوره استعماری اسپانیا به سایر نقاط جهان منتقل شد. انواع مختلف این گیاه امروزه در سراسر جهان پرورش داده می‌شود. البته «گوجه‌فرنگی» از نظر علم باغبانی و نداشتن هسته، جزو دسته سبزیجات محسوب می‌شود. گوجه‌فرنگی سرشار از ویتامین C و لیکوپین است. این میوه امروزه به روش‌های مختلف، به‌طور خام یا به‌عنوان یکی از مواد لازم برای تهیه غذا، انواع سس و نوشیدنی مصرف می‌شود و بخش مهمی از رژیم غذایی مردم بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته را تشکیل می‌دهد.

گوجه‌فرنگی قدرت حافظه را بیشتر نموده و یادگیری را برای فرد بیشتر می‌نماید، گوجه‌فرنگی باعث می‌شود خواب خوبی داشته باشید و گرفتگی عضلات را کاهش داده و باعث می‌شود فرد حرکات عضلاتش بهبود یابد. گوجه‌فرنگی سرشار از گروه ویتامین B است. مواد معدنی نیز در این سبزی به وفور یافت می‌شود؛ از این رو اشتها را تحریک و هضم غذا را آسان‌تر می‌کند. گوجه‌فرنگی رسیده و بدون لک بسیار مقوی و سرشار از ویتامین است. با خوردن گوجه‌فرنگی قلب شما تقویت می‌شود. برای افرادی که بیماری مفصلی و نفرس دارند گوجه‌فرنگی به‌عنوان دارو تجویز می‌شود.

## ■ رب گوجه‌فرنگی

تاریخ صنعت رب گوجه‌فرنگی از ۱۸۴۱ شروع شد. Harrison wood hull Crosby یکی از اعضای کالج پنسیلوانیای آمریکا، گوجه‌فرنگی را در حلب‌هایی کرد و بعد از حلیم کردن آن و غوطه‌ور کردن در آب جوش، استریل و نگهداری کرد. بعد Bitting (۱۹۱۲) روش کنسرو کردن گوجه‌فرنگی را انجام داد؛ سپس مقادیر زیادی گوجه‌فرنگی تبدیل به کچاپ، سس و... شد. تا قبل از ۱۸۹۰ واحدهای بهره‌برداری کنسرو گوجه‌فرنگی دستی بودند. بین ۱۸۹۰ و ۱۹۰۰ بلانچ‌های گوجه‌فرنگی و میزهای پوست‌گیری مورد استفاده قرار گرفتند. در اوایل ۱۹۲۰ عصاره‌گیر مخصوص آب گوجه‌فرنگی به بازار عرضه و در ۱۹۳۰ دستگاه هموزنی‌اتور و پاستوریزاتور ساخته شد. در ۱۹۵۰ پوست‌گیر شیمیایی و شعله‌ای وارد صنعت فراورده‌های گوجه‌فرنگی شد. به تعریف امروزی می‌توان رب گوجه‌فرنگی را این‌گونه معرفی کرد: فراورده‌های حاصل از تغلیظ آب گوجه‌فرنگی که به جهت نگهداری طولانی پس از طی فرآیندهایی و افزودن نمک در بسته‌بندی مختلف فلزی تولید و بسته‌بندی می‌شود. یک قاشق غذاخوری رب گوجه‌فرنگی منبع بزرگی از آنتی‌اکسیدان است و می‌تواند ۳ تا ۶ درصد از نیاز روزانه به آهن، پتاسیم و ویتامین‌های B را تامین کند و دارای ۱۳ کالری و فاقد چربی است. مصرف این میزان از رب گوجه‌فرنگی ۲۴۴ واحد ویتامین A را در بدن تولید می‌کند و حاوی ۳/۵ میلی‌گرم ویتامین C است که می‌تواند تاثیر مثبتی روی ایمنی بدن انسان داشته باشد. یکی از مهم‌ترین خواص رب گوجه‌فرنگی تاثیر بسیار مثبت آن بر جلوگیری از پیری



**سرد کردن قوطی‌های پر شده**

انتقال حرارت به روش هدایت در رب گوجه‌فرنگی صورت می‌گیرد؛ بنابراین میزان سرد شدن نیز به کندی در آن انجام می‌شود. در روش ساده از هوا برای سرد کردن قوطی‌ها استفاده می‌شود؛ ولی در سیستم‌های پیشرفته از اسپری مواد خنک‌کننده در زمان چرخش قوطی رب استفاده می‌شود. زمان خنک کردن قوطی‌های پنج کیلویی با روش چرخش قوطی‌ها حدود دو ساعت است. هر ساله میزان تولید رب گوجه‌فرنگی در کشور بین ۵۰۰ هزار تا ۶۰۰ هزار تن است. طبق آخرین آمار ارائه شده میزان تولید گوجه‌فرنگی در استان فارس در سال ۱۳۹۹ سطح زیر کشت آن ۵۴۰۰ هکتار و بیش‌بینی تولید ۳۲۴۰۰۰ تن است که با توجه به ظرفیت ایجاد شده از سوی کارخانه‌های تولید رب گوجه‌فرنگی در استان، حدود ۲۲۵۶۷۰ تن رب گوجه‌فرنگی قابل عرضه است که به بازارهای داخلی و کشورهای عراق، امارات متحده عربی و افغانستان صادر می‌شود. با توجه به مقدار تولید رب گوجه‌فرنگی، میزان ورودی محصول گوجه‌فرنگی ۱۲۴۱۱۸۵ تن است. تعداد کارخانه‌های تولیدکننده رب گوجه‌فرنگی در استان فارس ۵۷ واحد صنعتی است که از سازمان جهاد کشاورزی فارس پروانه بهره‌برداری دریافت کرده‌اند. کارخانه‌های مذکور، محصول تولیدشده از داخل استان و استان‌های همجوار را دریافت و تبدیل به رب گوجه‌فرنگی می‌کنند که توانمندترین این کارخانه‌ها در شهرستان مرودشت مستقر هستند. اشتغال ایجادشده به وسیله این کارخانه‌ها بیش از ۴۵۰۰ نفر به صورت مستقیم و غیرمستقیم است.

**زمینه‌های سرمایه‌گذاری در این صنعت در سطح استان**

با توجه به خشکسالی‌های مداوم و کم‌آبی موجود در استان، برای بهره‌وری بیشتر از آب موجود، ایجاد کشت‌های گلخانه‌ای در سیاست‌گذاری وزارت جهاد کشاورزی وجود دارد که این امر سبب افزایش هزینه تولید نسبت به کشت فضای باز می‌شود؛ همچنین ارقام مناسب برای کشت فضای بسته، رقم‌های هیبرید بوده که گرچه از عملکرد بالاتری برخوردارند، ولی مناسب مصرف تازه‌خوری هستند و کمتر در سیستم تولید رب قرار می‌گیرند. با توجه به تعداد واحدهای صنعتی ایجاد شده و تناسب تولید با صنعت مذکور، احداث کارخانه جدید در دستور کار جهاد کشاورزی استان قرار نداشته و برنامه‌ریزی به سمت تولید محصول فراوری جدید از گوجه‌فرنگی و حمایت از واحدهای موجود است. ایجاد تنوع محصول در این واحدها علاوه بر اینکه سبب افزایش ارزش افزوده می‌شود منبع مناسبی برای صادرات و ارزآوری برای کشور خواهد بود. با توجه به اینکه کارخانه‌های تولید رب گوجه‌فرنگی دارای سیستم اسپتیک نیستند و در اوج تولید گوجه‌فرنگی تمامی خطوط تولید موجود در استان تمام‌وقت با بیش از ظرفیت روزانه به تولید محصول اقدام می‌کنند، لذا میزان تولید رب فله به حدی است که در زمان‌هایی که خطوط تولید غیرفعال هستند، به بسته‌بندی آن‌ها اقدام می‌شود؛ بنابراین با برنامه‌ریزی انجام شده با دانشگاه علوم پزشکی، سازمان صنعت، معدن و تجارت، اداره کل استاندارد، شرکت تعاونی صنایع کنسروی استان فارس، انجمن تخصصی صنایع غذایی و... جلسات هماهنگی برگزار و آموزش‌های لازم نیز در خصوص ایجاد خط اسپتیک به صاحبان صنعت گوجه‌فرنگی داده و مقرر شد برای تضمین سلامت محصول تولیدی واحدهای مذکور در صورت وجود شرایط لازم، به اضافه کردن خط مذکور اقدام کنند یا اینکه رب گوجه‌فرنگی فله تولیدی را در سردخانه نگهداری کرده و در زمان مناسب در فرآیند بسته‌بندی قرار دهند.



تمام سطح محصول به وسیله چرخش دیده می‌شود.

**عیوبی که در موقع سورت کردن گوجه‌فرنگی ممکن است مشاهده شود به شرح زیر است:**

(الف) پوسیدگی در انتهای شکوفه؛

(ب) پوسیدگی در محل دم گوجه‌فرنگی؛

(پ) سیاه شدن گوجه‌فرنگی در محل تماس با زمین؛

(ت) گوجه‌فرنگی‌های حاصل از صدمات حشرات؛

(ث) گوجه‌فرنگی آفتاب سوخته؛

(ج) گوجه‌فرنگی‌های سبز و آبکی.

**خرد و آماده کردن پالپ گوجه‌فرنگی**

به طور معمول در تمام کارخانه‌های مدرن تهیه رب بعد از خرد کردن گوجه‌فرنگی به طریقه سرد، آن را به سرعت حرارت می‌دهند که درجه حرارت بین ۶۵ تا ۹۰ درجه سانتی‌گراد بر حسب نوع محصول مورد نظر یا طبیعت گوجه‌فرنگی فرق می‌کند. این روش تهیه، خرد کردن داغ (hot break) نامیده می‌شود.

**حرارت دادن پالپ**

حرارت دادن قبل یا بعد از خرد کردن سبب می‌شود آنزیم‌های هیدرولیزکننده مواد پکتینی در مدت کوتاهی از بین بروند؛ در ضمن مواد چسبنده‌ای که به دور هسته گوجه‌فرنگی چسبیده‌اند، جدا و سبب قوام رب تولیدی شوند.

**استخراج عصاره و تصفیه آن**

پالپ گوجه‌فرنگی بعد از خرد شدن و حرارت اولیه به یک‌سری سیلکون که معمولاً تعداد آن‌ها دو تا سه عدد است، پمپ می‌شود تا پوست و هسته آن گرفته شود.

**تغلیظ پالپ گوجه‌فرنگی**

بعد از تصفیه پالپ گوجه‌فرنگی توسط سیلکون‌ها، رب گوجه‌فرنگی با استفاده از خلأ تغلیظ می‌شود. آب گوجه‌فرنگی به وسیله تبخیر رفته‌رفته کاهش پیدا می‌کند تا به غلظت مورد نظر برسد. رب گوجه‌فرنگی که امروزه بیشتر در دنیا متداول است و به بازار عرضه می‌شود دارای غلظت ۳۲ درصد است.

**استریلیزاسیون و قوطی کردن**

درجه حرارت رب گوجه‌فرنگی باید حداقل قبل از پر کردن در قوطی به ۹۰ درجه سانتی‌گراد برسد تا از آلودگی میکروبی جلوگیری شود. در حال حاضر از سیستم ترکیبی پرکن و مبدل حرارتی مقدماتی برای رب گوجه‌فرنگی استفاده می‌شود. رب گوجه‌فرنگی از تانک ذخیره وارد مبدل حرارتی شده و از آنجا وارد فیلتر و سپس به قوطی منتقل می‌شود. در صورتی که قوطی‌ها نیز قبل از پر شدن به وسیله بخار یا آب جوش حرارت داده شوند، بسیار مفیدتر خواهد بود. بعد از پر کردن باید قوطی به سرعت دربندی شده و به‌طور وارونه قرار گیرد تا سر قوطی استریل شود.



## شناسنامه صادراتی کالای رب گوجه‌فرنگی ۱۳۹۸

### اطلاعات کلی

فرآورده‌های حاصل از تغلیظ آب گوجه‌فرنگی که به‌منظور نگهداری طولانی پس از طی فرآیندهایی و افزودن نمک در بسته‌بندی‌های مختلف فلزی تولید و بسته‌بندی می‌شوند.

معرفی محصول

#### کشورهای مهم تولیدکننده



#### استان‌های تولیدکننده



کد HS هشت‌رقمی محصول  
۲۰۰۲۹۰ ، ۲۰۰۲۹۰۱۰ ، ۲۰۰۲۱۰۰۰

میزان تولید ج.ا.ایران  
۱۲۷۰ هزار تن

#### استانداردهای رایج داخلی و بین‌المللی

گواهینامه بین‌المللی سیستم‌های ایمنی مواد غذایی  
HACCP - گواهینامه حلال

گواهینامه ایزو ۱۴۰۰۱ سیستم مدیریت زیست محیطی ISO  
۱۴۰۰۱- گواهینامه OHSAS ۱۸۰۰۱  
سیستم مدیریت ایمنی و بهداشت حرفه‌ای OHSAS ۱۸۰۰۱

استاندارد اجباری ایران- گواهینامه ایزو ۹۰۰۱ سیستم مدیریت کیفیت  
ISO ۹۰۰۱- گواهینامه ایزو ۲۲۰۰۰ سیستم مدیریت ایمنی در مواد غذایی ISO ۲۲۰۰۰

#### شاخص‌های اقتصادی سال ۲۰۱۹ (میلیارد دلار)

۴	صادرات جهانی
۴	واردات جهانی
۱۸	رتبه ج.ا.ایران در صادرات جهانی
-۱	میانگین رشد صادرات جهانی محصول در سه سال اخیر
۰/۲	سهم از صادرات جهانی
۱۴۰ میلیون دلار	صادرات ج.ا.ایران (۱۳۹۷) (میلیون دلار)
۱۵۱ میلیون دلار	صادرات ج.ا.ایران (۱۳۹۸) (میلیون دلار)
-۹	میانگین رشد صادرات ایران در سه سال اخیر
۰/۴	سهم از صادرات غیرنفتی
۴	سهم ایران از صادرات جهانی



## میزان صادرات رب گوجه‌فرنگی کشور به سایر کشورها

سال	وزن	ارزش
۱۰ماهه ۹۹	۲۰۲ هزار تن	۱۵۴میلیون دلار
۱۲ماهه ۹۸	۱۳۴ هزار تن	۱۵۱میلیون دلار
۱۲ماهه ۹۷	۱۰۰ هزار تن	۱۴۰میلیون دلار

## کشورهای عمده صادرکننده محصول در جهان

رتبه	نام کشور	سال ۲۰۱۹		رتبه	نام کشور	سال ۲۰۱۸	
		ارزش	سهم از کل (%)			ارزش	سهم از کل (%)
۱	ایتالیا	۲میلیارد دلار	۵۰٪	۱	ایتالیا	۲میلیارد دلار	۵۰٪
۲	چین	۷۱۵میلیون دلار	۱۸٪	۲	چین	۶۶۴میلیون دلار	۱۷٪
۳	اسپانیا	۴۵۷میلیون دلار	۱۱٪	۳	اسپانیا	۴۴۰میلیون دلار	۱۱٪
	جمع	۴میلیارد دلار	۱۰۰٪		جمع	۴میلیارد دلار	۱۰۰٪

## کشورهای عمده واردکننده محصول در جهان (میلیون دلار)

رتبه	نام کشور	سال ۲۰۱۹		رتبه	نام کشور	سال ۲۰۱۸	
		ارزش	سهم از کل (%)			ارزش	سهم از کل (%)
۱	انگلستان	۴۶۲	۱۱٫۵٪	۱	آلمان	۴۵۳	۱۱٪
۲	آلمان	۴۳۸	۱۱٪	۲	انگلستان	۴۰۲	۱۰٪
۳	ژاپن	۲۵۲	۶٪	۳	ژاپن	۲۶۰	۶٪

## کشورهای عمده مقصد صادراتی ج.ا.ایران (میلیون دلار)

رتبه	نام کشور	۱۳۹۸		رتبه	نام کشور	۱۳۹۷	
		ارزش	سهم از کل (%)			ارزش	سهم از کل (%)
۱	عراق	۷۷	۵۱٪	۱	عراق	۸۶	۶۱٪
۲	افغانستان	۶۲	۴۱٪	۲	افغانستان	۴۹	۳۵٪
۳	روسیه	۵	۳٪	۳	روسیه	۲	۱٪

## کشورهای بالقوه هدف صادراتی در منطقه (میلیون دلار)

ردیف	نام کشور	واردات در سال ۲۰۱۹		صادرات ایران طی سال ۲۰۱۹ (میلیون دلار)
		ارزش میلیون دلار	سهم از کل	
۱	امارات	۵۶	۱	۰٫۲
۲	عمان	۳۳	۰٫۱	۰٫۱

### مشکلات و موانع تولید

ردیف	مشکلات و موانع
۱	یکی از مشکلات عمده در تولید رب گوجه‌فرنگی، هزینه بالای تولید گوجه‌فرنگی و درآمد بسیار پایین است.
۲	فقدان یک تشکل صنفی مشخص در رابطه با تولید و صادرات گوجه‌فرنگی به‌منظور ممانعت از نوسان‌های اختلاف بین تولیدکننده و مصرف‌کننده
۳	تامین نقدینگی واحدهای تولیدی و صادراتی
۴	هزینه‌های بالای تولید در این صنعت
۵	فقدان خط اسپتیک در تمامی کارخانه‌ها
۶	نبودن نقدینگی کافی
۷	مشکلات و موانع صادرات این صنعت به‌خصوص در زمان‌های بروز بحران (تحریم و بیماری کرونا)
۸	تعرفه‌های انرژی (هزینه بالای مواد سوختی، برق)

### مشکلات، موانع و راهکارهای صادرات

ردیف	مشکلات و موانع	راهکارهای پیشنهادی
۱	بالابودن قیمت تمام‌شده تولید ناشی از مشکلات مربوط به تدارک محصول گوجه‌فرنگی	حمایت از برندهای معتبر و تشویق شرکت‌ها به ایجاد برند محصولی و بنگاهی
۲	ابهام‌های نحوه برگشت ارز حاصل از صادرات	ترویج تجارت با برنامه‌ریزی دقیق جهت حضور فعال صادرکنندگان در نمایشگاه‌ها، اعزام و پذیرش هیات‌های تجاری
۳	فقدان امکانات لجستیکی کافی در امر صادرات	آموزش و اطلاع‌رسانی جهت توانمندسازی بنگاه‌ها با رویکرد صادرات
۴	ممنوعیت صادرات رب گوجه‌فرنگی	تدوین بسته حمایتی جهت تخصیص و تامین مشوق‌ها و جوایز صادراتی به‌صورت پایدار

### شرکت‌های نمونه و برتر صادراتی

ردیف	نام شرکت	ردیف	نام شرکت
۱	کشت و صنعت روژین تاک	۵	صنایع غذایی گلستان عصاره (دلند)
۲	آیلار کنسرو	۶	صنایع غذایی دیش مرودشت
۳	تکچین بهاران	۷	صنایع غذایی طراوت فارس
۴	کشت و صنعت آران سلامت	-	-

### تشکل‌های تخصصی، اختصاصی و بین‌المللی

ردیف	نام تشکل	نشانی اینترنتی
۱	کانون انجمن‌های صنفی صنایع غذایی ایران	www.ifif.com
۲	انجمن صنفی صنایع کنسرو ایران	Teska_t2@yahoo.com
۳	انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس	farsfis92@gmail.com www.farsfoodic.ir
۴	انجمن تخصصی صنایع غذایی و دارویی استان فارس	Info.farsfood@gmail.com
۵	شرکت تعاونی صنایع کنسروی استان فارس	MaddahiFard@Yahoo.com

## مشکلات صنعت رب گوجه‌فرنگی و راهکارها و پیشنهادات عملیاتی از زبان تولیدکنندگان این محصول در استان

### توصیه‌های مسوولان و متولیان صنعت و تجارت به تولیدکنندگان این محصول

**جمال رازقی، رییس اتاق بازرگانی و رییس انجمن صنایع غذایی و تبدیلی** اقتصاد استان فارس عمدتاً بر پایه کشاورزی است. بر این اساس توسعه صنایع تبدیلی محصولات کشاورزی می‌تواند نقش به‌سزایی در ایجاد ارزش افزوده و اشتغال استان ایفا کند. طی سالیان اخیر توسعه نسبتاً مناسبی را در صنعت تولید رب گوجه‌فرنگی شاهد بوده‌ایم؛ لیکن لازم است کارخانه‌های احداث شده و در حال احداث به سمت فناوری‌های نوین تولید رب گوجه‌فرنگی و فرآورده‌های حاصل از آن حرکت کنند و همگام با آن، تولید گوجه‌فرنگی در مزارع نیز می‌بایست با به‌کارگیری تکنولوژی‌های روز جهان صورت پذیرد.

### جواد باصری، رییس انجمن تخصصی صنایع غذایی استان فارس

همه واحدهای فعال در این حوزه، محصولات خود را در قالب برندهای مشترک یا کنسر سیوم به تولید برسانند تا این هم افزایی باعث ایجاد حاشیه سود بالاتر و مدیریت هزینه‌ها شود و در خصوص نرخ گذاری خرید مواد اولیه در قالب این کنسر سیوم‌ها بتوان با قیمت‌های واحدی از ضرورت‌ها و واحدها جلوگیری کرد.

### حسین پژمان، رییس سازمان جهاد کشاورزی استان فارس

ایجاد خط اسپتیک و سردخانه به‌منظور سلامت محصول تولیدی و رعایت استانداردهای مورد نیاز.

### گردآوری:

لیلا حقیقت، ماهر و مسعودی، زینب نوبهار، مریم رنجبر

تولیدی رب گوجه‌فرنگی وجود دارد که ۶۰ واحد، تعطیل یا نیمه تعطیل است؛ زیرا به آن‌ها نگاه ویژه‌ای نیست و واحدهای فعال هم گریبانگیر محدودیت‌های صادرات هستند که هرچند مدت، صادرات ممنوع و آزاد می‌شود. این درست نیست که ما بازرگانانی در کشورهای همسایه برای ارایه محصولاتمان بیاییم، اما نتوانیم پاسخگوی آنان باشیم. این در حالی است که کشورهایی مثل ترکیه، امارات و عربستان با این شرایط، سرمایه‌گذارانی علیه ما برگزیدند که بلافاصله بعد از اینکه ما نتوانیم محصول خود را صادر کنیم، جایگزین کنند. از دیگر مشکلات محدودیت‌های صادرات این است که کشاورزان نیز سرخورده شده‌اند. آن‌ها به دلیل پایین بودن قیمت گوجه‌فرنگی، تمایلی به کشاورزی ندارند؛ با اینکه با وجود ۱۰۰ واحد تولیدی می‌توان اشتغال زیادی ایجاد کرد. مشکل دیگر، بروکراسی اداری است، عدم هماهنگی بین ادارات باعث شده که تایید شدن یک پروانه ماه‌ها زمان ببرد.

### محمدعلی صفایی، مدیرعامل شرکت به یک

در ایران تولیدکننده با همه چالش‌هایی که در حوزه‌های داخلی و بین‌المللی با آن‌ها روبه‌رو است؛ اعم از مشکلات تحریم، سیاست‌های آنی، مداخله‌های دولتی در مسایل مختلف مانند قیمت‌گذاری، مالیات‌های ناعادلانه، ارزش افزوده، وضعیت بازار، محدودیت‌های موجود در امر صادرات، نبود دیدگاه عملی و واقعی حمایت از تولید و کارآفرینی، تنگناهای بانکی و مهم‌تر از آن نبود استراتژی قیمت‌گذاری و در نتیجه قیمت‌های روزانه مواد اولیه، گوشه‌ای از مشکلات تولیدکنندگان رب گوجه‌فرنگی به شمار می‌آید.

### عزیز سجادیان، مدیرعامل شرکت تک چین بهاران

صادرات رب گوجه‌فرنگی مدت‌زمانی است به‌صورت مقطعی آزاد و هرماه نیز با پیگیری‌های بسیار مجدداً تمدید می‌شود و این مساله باعث سردرگمی و تعطیلی بسیاری از کارخانه‌ها و به‌خصوص تولیدکنندگان رب گوجه‌فرنگی به‌ویژه در شهرستان مرودشت شده است؛ زیرا صنعتی که پنجمین تولیدکننده رب گوجه‌فرنگی به‌صورت مکانیزه در جهان بوده و در نتیجه صنایع تبدیلی پرونقی را نیز در داخل کشور ایجاد کرده، چگونه می‌تواند برای صادرات محصول خود هرماه مهلتی کمتر از ۲۰ روز داشته باشد؟ از طرفی کشاورز نیز با توجه به زبان‌هایی که تاکنون متحمل شده است و نداشتن انگیزه برای تولید، با تغییر الگوی کشت از گوجه‌فرنگی به محصولات دیگر که هیچ‌کدام به اندازه گوجه‌فرنگی به رب نیاز به برنامه‌ریزی و پشتوانه صنایع تبدیلی ندارد، مشکلات بسیاری را در سال آینده به‌وجود می‌آورد. تعدادی از شرکت‌هایی که دفتر پخش در کشورهای همسایه از جمله عراق، افغانستان و کشورهای حوزه خلیج فارس و... دارند، در حالی که همگی آماده عقد قرارداد صادراتی بوده و می‌توانند موجب رونق صنایع تبدیلی در داخل و اشتغال هزاران نفر شده و در شرایط کنونی باعث ارزآوری شوند، متأسفانه در حال تعطیلی هستند.

### عباس استخر، مدیرعامل شرکت دپش مرودشت

صنعت رب گوجه‌فرنگی در استان فارس یک صنعت تبدیلی قوی است که از آن صنعتگر و کشاورز بهره می‌برد و باعث اشتغال‌زایی فراوان می‌شود. در استان فارس حدود ۱۰۰ واحد



## استفاده از چاپگرهای سه‌بعدی در تولید مواد غذایی



**افشین سلیمانی**

لیسانس میکروبیولوژی  
معاون کارخانه رامک بیتا



**علیرضا رضوی**

فوق لیسانس علوم و صنایع غذایی  
معاون تحقیق و توسعه شرکت رامک



**مهدی بهبود**

دانشجوی دکتری علوم و صنایع غذایی  
مسئول فنی شعب توزیع شرکت رامک

### ■ مقدمه

فرآیندهای پرینت یا چاپ مواد غذایی روی سطوح غیرمعمول در سالیان اخیر مورد توجه قرار گرفته است. در حال حاضر، بسیاری از پروژه‌های تحقیقاتی و محصولات مرتبط با چاپ مواد غذایی در حال توسعه هستند. در چاپگرهای سه‌بعدی (۳D)، جوهر خوراکی چاپ و مایعات خوراکی نیمه جامد یا ژل، به‌عنوان ترکیب ماده غذایی مورد استفاده قرار می‌گیرند و فناوری‌های اکستروژن و چاپ برای محصولات مایع یا نیمه جامد به‌صورت تجاری در دسترس هستند. چاپ سه‌بعدی یک فناوری تولید جدید و مبتنی بر قرارگیری لایه‌به‌لایه مواد برای تولید یک طراحی سه‌بعدی توسط رایانه است.



### ■ مبانی نظری پژوهش

چاپگر مواد غذایی سه‌بعدی از مزیت تغییر فاز یا ویسکوالاستیسیته برای ایجاد ساختارهای سه‌بعدی بر اساس داده‌های مدل‌سازی شده سه‌بعدی استفاده می‌کند.

بیفزاید. به‌طور سنتی، سطوح مواد غذایی با استفاده از مهرزنی، قالب‌سازی، برچسب‌های خوراکی یا برچسب‌های قابل جابه‌جایی تزئین می‌شدند. برای چاپ روی مواد غذایی، یکی از جنبه‌های مهم چاپ جوهرافشان این است که روشی بدون تماس است؛ بنابراین در حین چاپ، مواد غذایی را از آلودگی محافظت می‌کند و می‌تواند در خطوط تولید مواد غذایی موجود ترکیب شود. علاوه بر چاپ جوهرافشان از چاپ لیزری نیز می‌توان استفاده کرد. جوهرها بر پایه گلیکول و رنگ هستند. رنگ‌کننده‌ها هم جزو رنگ‌های غذایی معمولی هستند.

### ■ انواع پرینترهای مواد غذایی

#### ● پرینتر دو‌بعدی

در چاپ دو‌بعدی از آنجا که غذا به‌عنوان یک بستر چاپ است، به‌طور معمول، به‌وسیله یک ماشین، جوهر خوراکی را مستقیماً روی سطوح مختلف مواد غذایی مانند کوکی‌ها، کیک‌ها و شیرینی‌ها چاپ می‌کند. این چاپگر به‌صورت جمع‌وجور برای قرار گرفتن در داخل یک نانویی یا فروشگاه قنادی طراحی شده است تا قابلیت سفارشی‌سازی به محصولات آن‌ها

#### ● پرینتر سه‌بعدی

استفاده از این فناوری فرآیندهای خودکار و تکرارپذیری سریع و آزادی در طراحی را امکان‌پذیر می‌کند؛ همچنین امکان تغییرپذیری بزرگ و آسان

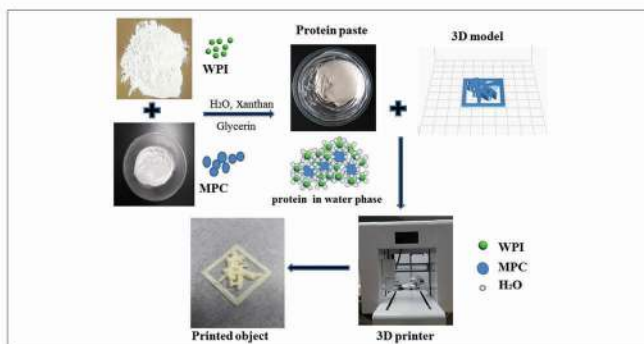
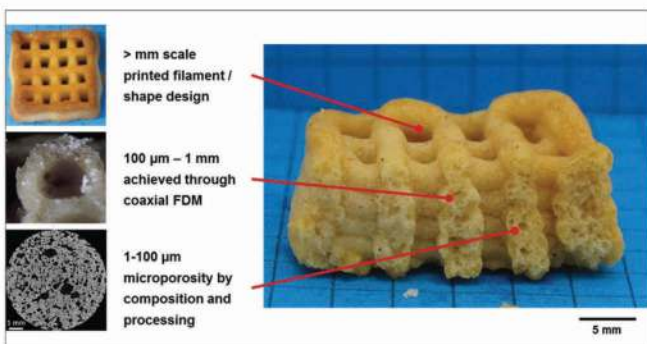
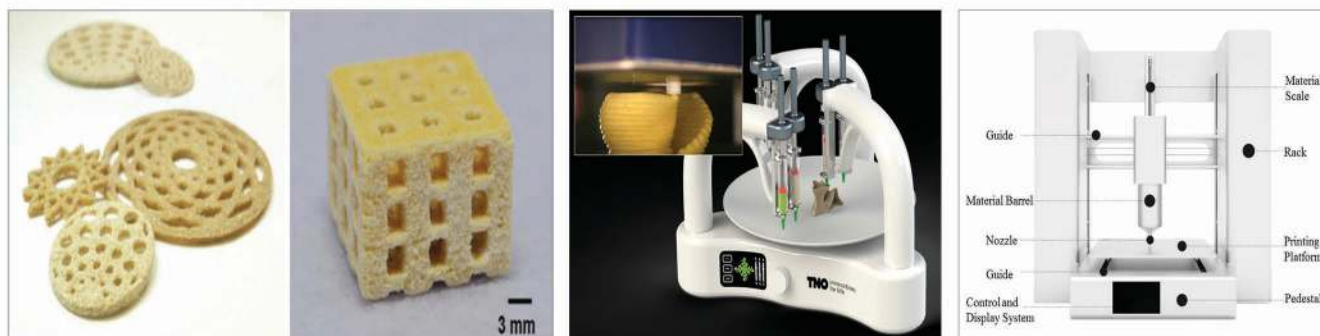
## PDF Compressor Free Version

معمولاً باید دارای ویسکوزیته مناسبی باشد تا از طریق نازل عبور کرده و لایه به لایه را به هم بچسباند. پروتئین‌های شیر دارای بسیاری از مزایای بالقوه است که می‌تواند در یک چاپ سه‌بعدی مبتنی بر اکستروژن، مانند خاصیت ژلاتینه‌شدن (انعقاد) ناشی از گرم شدن و آب‌گیری مجدد مورد استفاده قرار گیرد. کنسانتره پروتئین شیر (MPC) با استفاده از اولترافیلتراسیون در دمای پایین و به دنبال آن دیافیلتراسیون، تیخیر در خلأ و خشک کردن پاششی، حذف جز غیر پروتئینی مانند لاکتوز تولید می‌شود.

### نتیجه‌گیری

چاپ مواد غذایی سه‌بعدی بسیار پیچیده‌تر از آن چیزی است که به نظر می‌رسد. در چاپ مواد غذایی سه‌بعدی شرایط مختلفی وجود دارد که از جمله آن‌ها می‌توان به استفاده صحیح از نیروی مکانیکی، طراحی دقیق دستور دیجیتالی و مواد تغذیه‌ای مناسب برای چاپ اشاره کرد. فرمولاسیون‌های مختلف غذایی نیاز به استفاده از فشارهای مختلف دارند. بهینه‌سازی فرآیند چاپ مواد غذایی سه‌بعدی مساله‌ای چالش‌برانگیز است که نیاز به ارزیابی نیازهای شخصی‌سازی شده خاص افراد دارد.

فرآیند پخت را فراهم می‌آورد، که می‌تواند برای هر فضا یا فردی تنظیم شود. در این روش به کمک نرم‌افزارهایی از قبیل Repetier-Host و Arduino IDE طرح مورد نظر با نرم‌افزار طراحی رایانه‌ای، اسکن یا طراحی شده؛ سپس به لایه‌های نازک، برش داده می‌شود تا یک محصول با شکل سه‌بعدی چاپ شود. سایر روش‌های چاپ سه‌بعدی شامل چاپ پودری و فناوری‌های اکستروژن مذاب داغ است. در چاپ پودری، هد چاپگر جوهرافشان در سراسر بیستر پودر حرکت می‌کند و به‌طور انتخابی ماده رنگی متصل به مایع را روی هدف به صورت رسوبی قرار می‌دهد. پس از آن، یک لایه نازک از پودر در سراسر پلتفرم (مقطع) پخش می‌شود. این روند تا زمانی که تمام لایه‌ها تمام شوند و روی هم قرار گیرند، تکرار می‌شود. اکستروژن مذاب داغ دارای پتانسیل مشابهی است؛ زیرا از آن برای چاپ دارویی نیز استفاده شده است. در اکستروژن مذاب داغ، مواد داغ از طریق نازل به مقطع مورد نظر فشار داده می‌شوند. پس از ذوب و اکستروژن شدن مواد به صورت لایه‌های از پیش تعیین شده در می‌آیند. این الگو به صورت مداوم تکرار می‌شود و لایه‌ها روی هم انباشته می‌شوند تا به صورت محصولی سه‌بعدی درآیند. به‌طور کلی، ماده چسبناک (ویسکوز) مورد استفاده در چاپ سه‌بعدی مبتنی بر اکستروژن



### Reference:

- Pallottino, F., Hakola, L., Costa, C., Antonucci, F., Figorilli, S., Seisto, A. and Menesatti, P., 2016. Printing on food or food printing: a review. *Food and Bioprocess Technology*, 9(5), pp.725-733.
- Wen, L.F., Henry, W. and Swaine, R., Procter and Gamble Co, 2008. Flavor application on edible substrates. U.S. Patent Application 11/903,633.
- Hakola, L., Hartman, J., Honkapää, K., Laakso, P., Penttilä, R., Pitkänen, M., Rusko, E., Sipiläinen-Malm, T. and Vanttaja, I., 2013, January. New methods for improving food product safety and communication. In *NIP & Digital Fabrication Conference (Vol. 2013, No. 2, pp. 498-502)*. Society for Imaging Science and Technology.
- Hakola, L., Sipiläinen-Malm, T. and Alakomi, H.L., 2015. Enhancing product security by using direct marking and QR codes. In *Conference proceedings*.
- Wang, L., Zhang, M., Bhandari, B. and Yang, C., 2018. Investigation on fish surimi gel as promising food material for 3D printing. *Journal of Food Engineering*, 220, pp.101-108.
- Liu, Z., Zhang, M., Bhandari, B. and Yang, C., 2018. Impact of rheological properties of mashed potatoes on 3D printing. *Journal of Food Engineering*, 220, pp.76-82.

## بیوسنسورها در صنایع غذایی

### مزایا و معایب بیوسنسورها

بیوسنسورها در شناسایی پاتوژن ناشی از مواد غذایی بسیار مفید هستند؛ برای مثال، حساسیت آن‌ها برای سموم میکروبی در محدوده ng/ml است، سریع بوده و بدون اتلاف وقت، کنترل کیفیت در حین فرآیند را فراهم می‌کند. عیب اصلی بیوسنسورها ناپایداری بخش سنسور بیولوژیکی است که در مدت زمانی کوتاه به دلیل مواجه شدن با تنش‌های مختلف محیطی از قبیل pH، دما یا قدرت یونی اثر خود را از دست می‌دهد یا کم می‌شود.

### کاربردهای بیوسنسور در صنایع غذایی

بیوسنسورها برای شناسایی میکروارگانیسم‌های مواد غذایی و بیوسنسورهای آنزیمی برای شناسایی ترکیبات مواد غذایی به کار برده می‌شوند.

### بیوسنسورهای مورد استفاده برای شناسایی میکروارگانیسم‌های مواد غذایی

بیوسنسورهای موجود در این گروه با دورش مستقیم (شامل بیوسنسورهای نوری، لومینسانس و امپدانس الکتریکی) و غیرمستقیم (شامل بیوسنسورهای دارای برچسب فلورسانس، متابولیسم میکروبی و جریان ایمنی) برای شناسایی پاتوژن‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند. در روش مستقیم واکنش‌های بیوشیمیایی خاص به صورت مستقیم و در یک زمان مشخص به وسیله ارزیابی تغییرات فیزیکی ایجاد شده اندازه‌گیری می‌شود. در روش غیرمستقیم یک واکنش شیمیایی رخ داده و محصولات حاصل از واکنش به وسیله سنسور شناسایی می‌شود.

### بیوسنسورهای مورد استفاده برای شناسایی میکروارگانیسم‌های مواد غذایی - شناسایی مستقیم بیوسنسورهای نوری

از این بیوسنسورها برای شناسایی مستقیم باکتری‌ها استفاده می‌شود. این سنسورها قادرند تغییرات جزئی در اندیس‌های نوری را هنگامی که باکتری با گیرنده‌های تثبیت شده در سطح مبدل‌ها پیوند برقرار می‌کند، اندازه‌گیری کنند. بیوسنسورهای متداول امروزی شامل بیوسنسورهای پیزوالکتریک، آینه رزونانس و الایسومتریک است. ابزارهای پیزوالکتریک، مبتنی بر تولید جریان بر اثر ارتعاش در یک بلورند. فرکانس ارتعاش توسط جرم جذب شده بر روی سطح تحت تاثیر قرار می‌گیرد.

### بیوسنسورهای بیولومینسانس

این بیوسنسورها بر اساس مقدار نور خروجی (Light emission) از باکتری‌های لومینسانس که یک سیستم حساس و قابل اعتماد است، عمل می‌کنند. این سیستم به مواد مختلفی که بر باکتری‌ها تاثیر بگذارد، خصوصا مواد سمی یا جهش‌زا، حساس خواهد بود. میزان این حساسیت را می‌توان به صورت کمی مورد سنجش قرار داد. این فناوری برای تشخیص حضور یا حالت فیزیولوژیکی سلول باکتریایی استفاده می‌شود.

### بیوسنسورهای امپدانس الکتریکی

در این بیوسنسورها، متابولیسم میکروبی سبب افزایش میزان هدایت الکتریکی و ظرفیت الکتریکی می‌شود؛ بنابراین میزان امپدانس کاهش می‌یابد. بیوسنسور بر اساس اندازه‌گیری امپدانس محیط می‌تواند باکتری مورد نظر را تشخیص دهد یا اندازه‌گیری کند.

بیوسنسورهای مورد استفاده برای شناسایی میکروارگانیسم‌های مواد غذایی - شناسایی غیرمستقیم بیوسنسورهای دارای برچسب فلورسانس لایه خارجی میکروارگانیسم، پروتئینی-پلی ساکاریدی است که باعث می‌شود این موجودات به وسیله آزمایش‌های زیستی قابل شناسایی باشند. در آزمایش‌های



علی امامی

کارشناس ارشد زیست فناوری مواد غذایی  
مسئول فنی و کارشناس کنترل کیفیت  
شرکت ستاره یخی آسیا (پ.آ)

### سنسور

حسگر یا سنسور، ابزاری با خروجی متناسب با یک کمیت قابل اندازه‌گیری فیزیکی، شیمیایی یا زیستی است که برای پایش و اندازه‌گیری اجزای یک محیط به کار گرفته می‌شود. یک سامانه حسگر، مجموعه‌ای از حسگرها همراه با فرآیندها و اطلاعات پردازش شده برای عملیات خاص است که از داده‌های حس شده استخراج شده‌اند (۳). اجزای اصلی بیوسنسور شامل مواد فعال بیولوژیکی، بخش تشخیص دهنده (مبدل) و پردازش کننده سیگنال است. بیوسنسورها بر اساس جز بیولوژیکی و مبدل تقسیم‌بندی می‌شوند، بر اساس جز بیولوژیکی شامل بیوسنسورهای آنزیمی، میکروبی و آنتی‌بادی است؛ همچنین می‌توان مبدل‌های الکتروشیمیایی، نوری و حرارتی را از منظر تقسیم‌بندی بیوسنسورها بر اساس مبدل نام برد.

### شرایط لازم برای یک بیوسنسور

**الف. سلکتیویته:** دستگاه بیوسنسور باید برای آنالیت هدف، سلکتیویته بالایی داشته باشد و هیچ واکنشی با دیگر بخش‌هایی که ساختار شیمیایی مشابه دارند، نداشته یا در حد مینیمم باشد.

**ب. میزان حساسیت:** دستگاه بیوسنسور باید قادر به اندازه‌گیری طیف وسیعی از مقدار آنالیت هدف با حداقل مراحل اضافی مانند تمیز کردن و تهیه غلظتی خاص از نمونه باشد.

**پ. خطی از پاسخ:** محدوده پاسخ خطی سیستم باید محدوده غلظتی از آنالیت هدف را که اندازه‌گیری می‌شود، پوشش دهد.

**ت. تکرارپذیری پاسخ سیگنال:** هنگامی که چند نمونه با غلظت‌های یکسان چندین بار آنالیز می‌شوند، پاسخ هم باید یکسان باشد.

**ث. زمان پاسخ‌دهی و ریکاوری سریع:** پاسخ دستگاه بیوسنسور باید به اندازه کافی سریع باشد تا نظارت بر زمان واقعی آنالیت هدف را بتوان به نحو احسن انجام داد. زمان ریکاوری باید برای استفاده مجدد از سیستم بیوسنسور کوتاه باشد.

**ج. پایداری و عمر عملیاتی (operating life):** بسیاری از ترکیبات بیولوژیکی در شرایط مختلف بیوشیمیایی و زیست‌محیطی ناپایدار هستند. جز بیولوژیکی مورد استفاده باید به گونه‌ای باشد که فعالیت آن برای مدت طولانی حفظ شود تا قابل عرضه در بازار باشد (۲).



روش بسیار حساس و اختصاصی بوده و برای شناسایی نیتروز آمین در آب و فراورده‌های گوشتی به کار برده می‌شود.

● **بیوسنسور برای شناسایی هیدروکربن‌های آروماتیک چندحلقه‌ای**  
هیدروکربن‌های آروماتیک چندحلقه‌ای، ترکیبات آلی متشکل از حلقه‌های آروماتیک چگال شده هستند. آلودگی فراورده‌های غذایی با این ترکیبات می‌تواند در نتیجه تماس ماده غذایی با اتمسفر حاوی گازهای صنعتی در نتیجه سیگار کشیدن یا برشته کردن مواد غذایی (ماهی دودی، گوشت کباب شده) باشد. هیدروکربن‌های آروماتیک چندحلقه‌ای در فراورده‌های گوشتی با چربی بالا ذخیره می‌شوند. بنزوپیرن یکی از اجزای اصلی این ترکیبات است. برای شناسایی این گروه از ترکیبات، خصوصاً بنزوپیرن از ایمونوسنسورهای پیزوالکتریک و نوری استفاده می‌شود.

● **تشخیص تازگی ماهی با استفاده از بیوسنسور**  
برای تشخیص تازگی ماهی عموماً از بیوسنسورهای بر پایه آنزیم استفاده می‌شود. در این فرآیند ترکیباتی شامل هیپوزانتین، اینوزین، اکتوپین و آمین‌ها، هیستیدین، کاداورین، پوتریسین، پلی آمین‌ها و سولفات‌ها اندازه‌گیری می‌شود.

● **پایش بر خط فرآیند تخمیر با استفاده از بیوسنسور**  
داشتن داده‌های آنلاین و کنترل فرآیند تخمیر کار مشکلی است. برای این منظور از بیوسنسوری با سامانه آنالیز جریان مستقیم برای پایش مداوم و کنترل مواد غذایی و فرآیند تخمیر استفاده می‌شود. با این بیوسنسور تشخیص گلوکز و L-لاکتات امکان پذیر شده است (۲).

زیستی بر اساس فلورسانس، مولکول‌های دارای فلورور و کروم برای نشانه‌گذاری ایمونوگلوبولین مورد استفاده قرار می‌گیرند. این مولکول‌ها قادرند اشعه نور با طول موج کوتاه را جذب کرده و طول موج‌های بالاتر را منتشر کنند که به وسیله میکروسکوپ فلورورسنت قابل شناسایی است.

● **بیوسنسورهایی بر اساس متابولیسم میکروبی**  
میکروارگانیزم‌ها قادرند واکنش‌های اکسایش-کاهش متابولیکی خود را به سیگنال‌های الکتریکی قابل اندازه‌گیری تبدیل کنند. از این توانایی برای شناسایی یا کمی‌سازی میکروارگانیزم مورد نظر در محیط استفاده می‌شود.

● **سنسورهای جریان ایمنی**  
امروزه بسیاری از ارزیابی‌ها برای شناسایی میکروارگانیزم‌هایی مانند اشریشیاکلای بر اساس آزمون الایزا با استفاده از پلیت‌های میکروتیتراسیون تا اتمام واکنش کروموزنیک است. کمی‌سازی این آزمایش با استفاده از الایزایدر انجام می‌شود (۳).

#### ■ مثال‌های موردی از کاربرد بیوسنسور در صنایع غذایی

● **بیوسنسور برای شناسایی نیتروز آمین**  
نیتروز آمین در محصولات غذایی فرآیند شده عموماً از نیتريت و آمین‌های نوع دوم تشکیل می‌شود. نیتروز آمین در طول فرآیند به دلیل شرایط اسیدی شدید و همچنین در فرآیندهایی که دمای بالا استفاده می‌شود، مانند سرخ کردن، تشکیل می‌شود. بیوسنسور مورد استفاده برای شناسایی نیتروز آمین بر اساس سیستم آنزیمی نیترات ردوکتاز عمل می‌کند. این

#### References:

1. Rustagi, S. and Kumar, P. 2013. Biosensor and its Application in Food Industry: A Review. *Advances in Bioresearch*. (2): 168-170.
2. Thakur, M. S. and Ragavan, K. V. 2013. biosensors in food processing. *J Food Sci Technol*; 50(4): 625-674.
3. Zohora, S.E, Khan, A.M. and Srivastava, A.K. 2013. Hundewale, *Food Analysis Using Electronical Noses Application to Journal of soft Sensors: A Review. International Metal Oxid Computing and Engineering(IJSE)*; 3(5): 1-7



## تاثیر کرونا بر اقتصاد و الگوی مصرف

همچون هدر رفتن زمان جلوگیری می‌کند و کمک مهمی به توسعه شرکت‌های فعال در حوزه دیجیتال است. در حوزه اقتصاد آموزش نیز بعد از کرونا، شاهد تغییرات اساسی بودیم. امروز فضای مجازی بهترین نقش را برای آرایه آموزش‌ها و خدمات دانشگاهی و سایر مهارت‌ها به مخاطبان بر عهده گرفته و فرصت‌های جدید اقتصادی در این حوزه ایجاد شده است. کرونا کسب و کارهای «آی‌تی» و استارت‌آپ‌ها را رونق داد و آن‌ها توانستند با شناسایی نقاط آسیب‌دیده و آرایه ایده‌های نوآورانه، زنجیره اقتصاد این حوزه را به یکدیگر متصل کنند؛ به‌عنوان مثال، آنچه در این میان باعث تقویت حلقه توزیع میان تولیدکننده و مصرف‌کننده و باعث کاهش مخاطره خرید و تامین مایحتاج شد، اینترنت و کسب و کارهای وابسته بودند.



طاهره موسوی‌زاده

کارشناس شیمی  
مسئول فنی و مدیر کنترل کیفیت  
شرکت قند آوران فارس

### ■ تاثیر کرونا بر الگوی مصرف

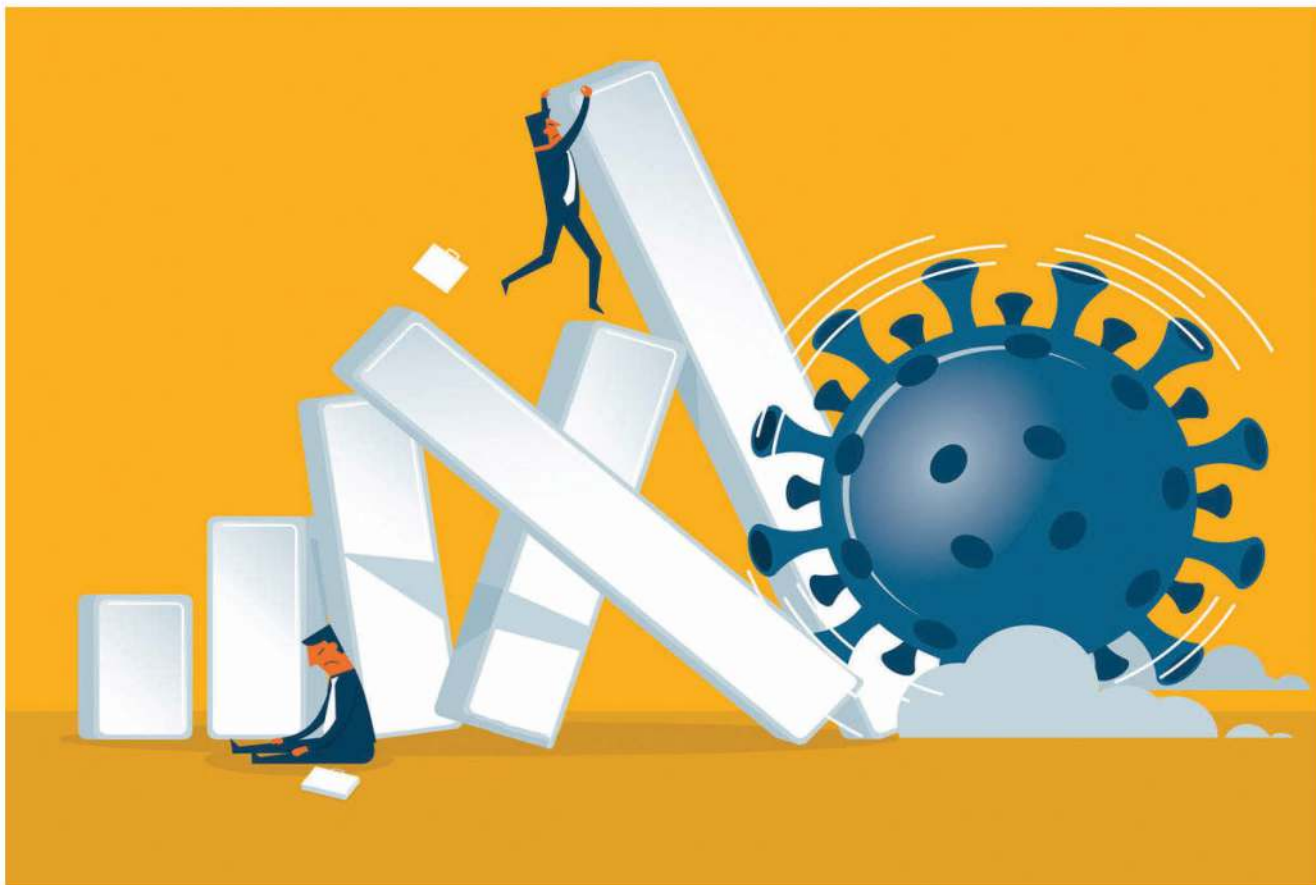
در بالا به ابعاد مختلف تاثیر ویروس کرونا بر زندگی پرداختیم. حال پرسش اینجاست: شیوع کرونا چه تاثیری بر کسب و کارها و الگوی مصرف داشته و خواهد داشت؟ تعطیل شدن بسیاری از کسب و کارهای مرتبط با مصرف مواد غذایی مانند رستوران‌ها، فعالیت‌های تامین غذا و اغذیه، هتل‌ها و... که تامین مواد اولیه غذایی آن‌ها از بخش کشاورزی است، سبب تغییر الگوی مصرف غذا در کشور شد. این تغییر الگو، تاثیرات بسیار زیادی بر بازیگران زنجیره مصرف‌کننده، تولیدکننده و سرمایه‌گذاران آن گذاشت؛ همچنین حضور افراد در قرنطینه خانگی، باعث تشدید این تغییر الگوی مصرف شد؛ زیرا مصرف‌کنندگان به دنبال غذاهایی بودند که:

#### ● عاری از کروناویروس باشد؛

#### ● سیستم ایمنی بدن را تقویت کند.

در این راستا شاهد این بودیم که بسیاری از مردم در شهرها خودشان در منزل اقدام به پخت نان کردند؛ به‌عنوان مثالی دیگر، بسیاری از کالاهای ماندگاری مانند کنسروها و دیگر غذاهای نیمه‌آماده تولیدی کارخانه‌ها بیشتر مورد اقبال مصرف‌کنندگان قرار گرفت. از سوی دیگر، با سرعت بالای تغییر رفتار مصرف‌کنندگان، بسیاری از تولیدکنندگان به دنبال استفاده از این فرصت برای اصلاح خطوط تولید یا تولید محصولات با ریسک کمتر انتقال کرونا و ویروس بودند. به‌طور کلی بخش غذا به دلیل اهمیت بالای آن، قابلیت انعطاف‌پذیری بیشتری نسبت به دیگر کسب و کارها و صنایع دارد. در طول تاریخ همواره شاهد این بوده‌ایم که برخی از وقایع تاریخی، اجتماعی و طبیعی موجب شده‌اند سبک زندگی، شیوه زندگی و میزان مصرف مردم تغییر کند. اگر به روستاها برویم، مشاهده می‌کنیم در مناطقی که خشکسالی وجود دارد، مردم در مصرف آب بسیار حسابگرانه عمل می‌کنند. آن‌ها قدر آب را می‌دانند و از تاثیر آن بر اقلیم و زندگی خود خبر دارند؛ به‌عنوان مثال، الگوی مصرف یزدی‌ها با تبریزی‌ها و اصفهانی‌ها تفاوت بسیاری دارد. چه عاملی موجب تغییر سبک زندگی مردم شهرها و قومیت‌های مختلف شده است؟ عوامل طبیعی، قحطی، خشکسالی و کمبودهای متعدد جامعه. این عوامل موجب شده‌اند مردم جوامع مختلف بر اثر مواجهه با کمبودهای متعدد به این نتیجه برسند که باید داشته‌های طبیعی خود را غنیمت بشمارند. در شرایط کنونی کرونایی، محصولات تولیدی، امکانات موجود و نعمت‌هایی که خدا در اختیار مردم قرار داده است به‌صورت حسابگرانه مورد مصرف قرار می‌گیرند و مردم قدر آن‌ها را بیشتر می‌دانند؛ همچنین مردم در نگهداری از وسایل و امکانات نیز دقت و توجه بیشتری داشته و دیگر الگوی دورریزی به تعمیر و نگهداری از داشته‌ها تغییر می‌کند. در حقیقت مدیریت امکانات موجود و استفاده بهینه از

همان‌گونه که همگی اطلاع داریم چند ماهی است که زمین درگیر ویروس خطرناک و پاندمیک کووید ۱۹ یا همان کروناویروس است. این ویروس در این چند ماه روی تمام ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و به‌ویژه سلامتی تاثیر گذاشته است؛ به‌گونه‌ای که تعدادی از صاحب‌نظران، جهان را به دو مقطع زمانی قبل و بعد از کرونا (پسا کرونا) تقسیم‌بندی می‌کنند. آنچه مسلم است جهان پسا کرونا بسیار متفاوت با جهان پیش از کروناست. آسیب‌شناسی شیوع کرونا نشان داد دولت‌ها به‌خوبی در زیرساخت‌های بهداشتی سرمایه‌گذاری نکرده‌اند و در این زمینه دربارہ وظایف قانونی خود کوتاهی کرده‌اند؛ بنابراین دولت‌ها در کل جهان دچار تزلزل شده‌اند و به‌خوبی نتوانسته‌اند از فواید سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها بهره‌برند. این غافلگیری به‌ویژه در خصوص دولت‌های ابر قدرت و صاحب ادعا بیشتر بوده است. کرونا؛ باور، فرهنگ، اقتصاد و سیاست را تغییر داد. جهان در حوزه اقتصاد به‌سمتی می‌رود که شکل کسب و کارها را تغییر خواهد داد و اقتصاد به سبک‌های پیشین در بلندمدت نمی‌تواند پاسخگوی نیاز امروز باشد. تغییر در فرهنگ، باورها، آداب و رسوم از جمله شیوه‌های معاشرت، نحوه حضور در جمع و احوالپرسی ملت‌ها کاملاً تغییر کرده؛ به‌گونه‌ای که در حوزه اجتماعی افراد نمی‌توانند حتی در یک اتاق حس راحت بودن داشته باشند، اعضای خانواده نمی‌توانند باهم به‌راحتی سفر یا در مجالس شرکت کنند؛ بدین معنا به‌سمت فردگرایی یا جمع‌شدن مجازی می‌رویم. یکی از سنگین‌ترین رسالت‌های ما تلاش در حوزه مسوولیت اجتماعی است. هر یک از ما به‌عنوان یک شرکت یا یک متخصص می‌توانیم با توجه به اینکه از لحاظ اقتصادی در جامعه سودآور و مفید هستیم، به جامعه خدمتی یا محصولی آرایه کنیم تا باری از دوش جامعه برداریم. اگر بخواهیم به کرونا به‌عنوان یک فرصت نگاه کنیم بی‌شک این ویروس منحوس آثار مثبتی نیز داشته است. این آثار جنبه‌های زیست‌محیطی، پراهمیت‌تر شدن رعایت بهداشت در پیشگیری از شیوع بیماری‌های مسری و بسیاری از موارد دیگر است. از دیگر موارد می‌توان به پیشرفت بی‌سابقه اقتصاد دیجیتال و الکترونیک اشاره کرد. این مساله به ما کمک می‌کند بسیاری از خدمات مورد نیاز مردم در کشور به‌صورت غیر حضوری آرایه شود که این دستاوردی بزرگ برای بخش اقتصادی کشور است و از صرف هزینه‌های کلان و مشکلاتی



درباره آن هستند. پزشکی از راه دور امکان بهره‌مندی از خدمات بالینی بدون مراجعه حضوری به پزشکان را فراهم می‌سازد.

#### توسعه خرید آنلاین

در همه‌گیری کووید ۱۹، کسب‌وکارهایی که بخش آنلاین نداشتند، به شدت ضربه خوردند؛ از این رو در حال حاضر کسب‌وکارها به دنبال هر چه بیشتر آنلاین کردن خدمات خود هستند.

#### تکیه بیشتر به ربات‌ها

از آنجایی که ربات‌ها به ویروس آلوده نمی‌شوند، از آن‌ها می‌توان برای خرید کردن، کارهای بیمارستانی یا کارهای صنعتی بهره برد. در دنیای پسا کرونا نقش آن‌ها را پررنگ‌تر از همیشه خواهیم دید.

#### رویدادهای دیجیتال بیشتر

سازمان‌دهندگان رویدادها و شرکت‌کنندگان که مجبور به تغییر آن به صورت دیجیتالی بودند، متوجه جوانب مثبت و منفی این قضیه شدند. در حال حاضر بسیاری از رویدادهای رسمی نیز به صورت دیجیتال برگزار می‌شود و انتظار می‌رود زیرساخت‌های بیشتری برای آن فراهم شود.

#### ظهور ورزش مجازی

با لغو لیگ‌های ورزشی، توجه‌ها به سمت دنبال کردن ورزش به صورت مجازی بیشتر شده است.

با توجه به موارد گفته شده، شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی، باید به منظور پایداری و بقای کسب‌وکار خود در چنین شرایط رقابتی، سرمایه‌گذاری مناسبی را برای عملیاتی و محقق شدن حرکت در ریل اقتصاد پسا کرونایی فراهم سازند؛ در غیر این صورت کسب‌وکارشان مانند بسیاری از کسب‌وکارهایی که طی این مدت ضربه سهمگین خوردند، نابود خواهند شد.

مزایای در اختیار و در نتیجه تغییر بینش جامعه رخ داده و مسبب این تغییر نیز ویروس خطرناک کرونا بوده است. بی‌شک تا زمانی که کرونا برقرار و اجبار بر خانه‌نشینی مردم و تغییر الگوی مصرف است، صنعت در دنیا به سمت تولید محصولاتی خواهد رفت که به راحتی مورد نیاز مردم باشد؛ چرا که محصولات لوکس و ترفنی، دیگر مثل گذشته خریداری ندارند. انتظار بر این است که در دوران پسا کرونا حداقل در هشت حوزه فناوری تغییر جدی ایجاد شود:

#### روابط و تعامل با تماس کمتر

کرونا ویروس باعث شده است بیشتر از هر زمانی به سطوح قابل لمس که می‌تواند بیماری را منتقل کند، حساسیت داشته باشیم؛ بنابراین در دنیای پس از کرونا انتظار می‌رود صفحه نمایش لمسی کمتر و رابطه‌های صوتی بیشتری داشته باشیم.

#### تقویت زیرساخت‌های دیجیتال

کرونا ویروس باعث شد افراد با کار در خانه و در انزوا سازگار شوند. برای محقق شدن چنین وضعیتی باید زیرساخت‌های دیجیتال تقویت شوند.

#### توسعه داروهای مبتنی بر هوش مصنوعی

هر چه سریع‌تر بتوانیم یک داروی موثر و ایمن برای درمان و یک واکسن برای پیشگیری از بیماری کووید ۱۹ و ویروس‌های آینده کشف کنیم و به کار بگیریم، مهار آن سریع‌تر خواهد بود. هوش مصنوعی شریک ایده‌آلی در تولید دارو است؛ زیرا می‌تواند تلاش‌های انسان را تسریع و تکمیل کند.

#### پزشکی از راه دور

برای مهار شلوعی بیمارستان‌ها و مراکز درمانی، بسیاری از مراکز مراقبت‌های سلامت در حال پیاده‌سازی پزشکی از راه دور یا آگاهی‌بخشی به بیماران خود

## تکنولوژی هردل در صنعت غذا (HURDLE TECHNOLOGY)



مجتبی زارع

کارشناس ارشد صنایع غذایی  
مدیر تولید شرکت شیراز صدک (آریس)



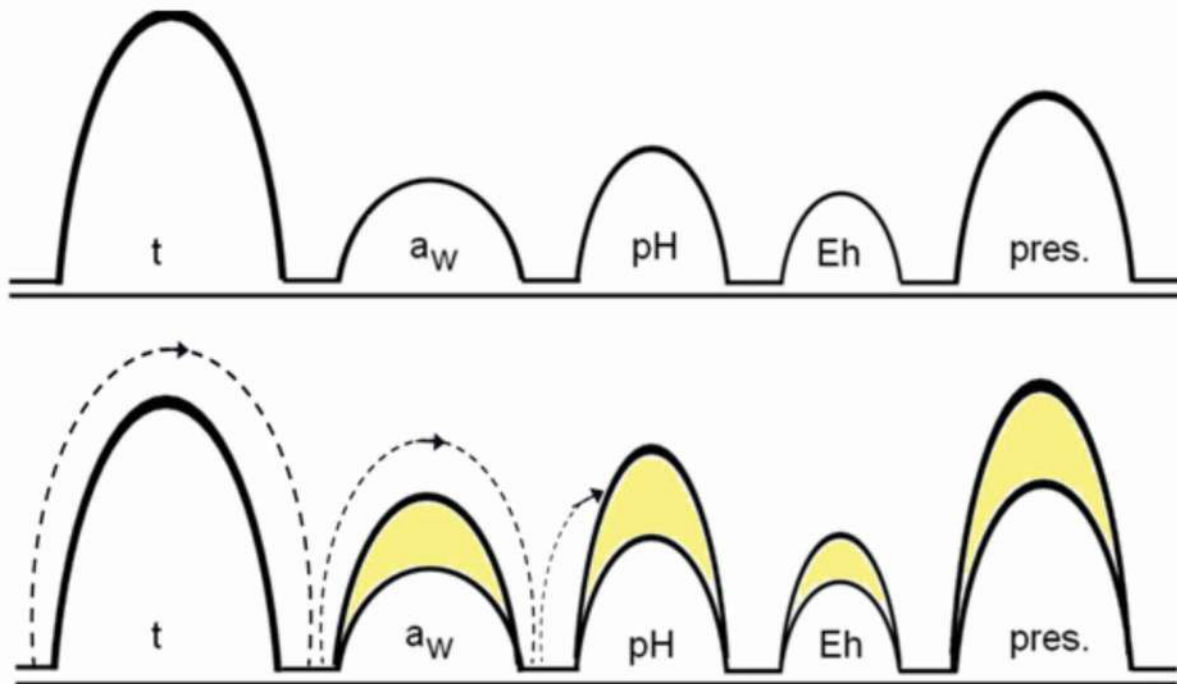
هاجر جعفری

کارشناس صنایع غذایی  
کارشناس آزمایشگاه شیمیایی شرکت  
شیراز صدک (آریس)



محمد مهدی مقدم

دکترای صنایع غذایی  
مدیر کنترل کیفیت شرکت شیراز صدک  
(آریس)



میکروارگانسیم می‌شود؛ مانند انجماد، تخمیر، خشک کردن، اسیدی کردن و استفاده از نگهدارنده‌ها. واکنش‌های اساسی افت کیفیت در مواد غذایی شامل میکروبی، شیمیایی، آنزیمی و فیزیکی است و تکنولوژی نگهداری غالباً بر اساس غیرفعال کردن یا به تاخیر انداختن رشد میکروب است.

■ عوامل و فاکتورهای زیر در رشد میکروب در مواد غذایی موثر است

۵۱ فاکتورهای داخلی: شامل عوامل فیزیکی و شیمیایی درون ماده غذایی مانند فعالیت آبی، اسیدیته، پتانسیل اکسیداسیون و احیای عوامل مغذی و ترکیبات میکروبی طبیعی که در ارتباط با میکروب‌های

در صنعت غذا هدف اصلی تبدیل و فرآوری مواد غذایی فسادپذیر به مواد غذایی با ماندگاری بالا و افزایش کیفیت است. فرآوری‌های به کاررفته در صنعت غذا همان گونه که باعث افزایش ماندگاری کیفیت می‌شوند، موجب کاهش ارزش غذایی و استفاده از افزودنی‌ها و نگهدارنده‌های شیمیایی که برای سلامتی مطلوب نیستند نیز می‌شوند. بسیاری از روش‌هایی که برای نگهداری مواد غذایی به کار می‌روند از طریق کاهش رشد میکروارگانسیم‌ها و از بین بردن آن‌هاست. روش‌های پاستوریزاسیون و استرلیزاسیون که مبتنی بر استفاده از حرارت است، باعث از بین رفتن میکروب (یکی از عوامل فساد غذا) می‌شود. سایر روش‌ها نیز باعث کاهش رشد یا توقف فعالیت



آلوده کننده است (محدودیت‌های غذایی).

**۵۲ فاکتورهای خارجی:** خارج از ماده غذایی است؛ مانند رطوبت نسبی و درجه حرارت و ترکیب گازی اتمسفر (محدودیت‌های محیطی). هردل در لغت به معنی موانع است. اثر هردل به عنوان چندین عامل ممانعت کننده در نگهداری مواد غذایی شامل تکنیک‌های نگهداری ترکیبی است که در یک زمان محدود و وسیعی (فاکتورهای داخلی، خارجی و فرآیندی) را در بر می‌گیرد. تکنولوژی هردل با توجه به درک و فهم اثر هردل به دست می‌آید. هدف تکنولوژی هردل تنها ایمن و پایدار کردن ماده غذایی نیست؛ بلکه بهبود کیفیت غذا از طریق ترکیب و به کارگیری هوشمندانه هردل‌های موجود در غذاست که خصوصیات تغذیه‌ای جنبه‌های اقتصادی و حسی و کیفیت کل را شامل می‌شود. اخیراً ابعاد جدیدی از تکنولوژی هردل مدنظر است: جنبه‌های پزشکی، آنزیم‌ها فرآوری مستمر ماده غذایی و جنبه کمی ماده غذایی.

#### ■ هردل در مواد غذایی

##### هردل‌های اساسی:

دما ← حرارت‌دهی و انجماد.

فعالیت آبی ← خشک کردن، تغلیط و عمل‌آوری

افزودن اسیددیده ← افزایش یا تشکیل اسید

پتانسیل اکسیداسیون و احیای کاهش یافته ← جدا سازی اکسیژن

نگهدارنده‌ها

فلور رقابتی

##### هردل‌های افزوده شده:

ترکیب ضد میکروبی در گیاهان معطر، ادویه‌جات و مواد گیاهی

لیزر

ماورای صوت

بسته‌بندی فعال و هوشمند

تکنولوژی فشار بالا

نگهداری فشار پایین

#### ■ مکانیزم ضد میکروبی هردل‌ها

برای از بین بردن میکروب‌های عامل فساد در مواد غذایی باید چند عامل ضد میکروبی با یکدیگر به کار گرفته شوند و ترکیبی از موانع رشد میکروب را متوقف کنند. در این حالت چون یک عامل به تنهایی به کار نمی‌رود تا شدت آن زیاد باشد، عوامل ترکیبی با شدت کمتر به کار می‌رود و به حفظ کیفیت غذا و پایداری محصول کمک می‌کند. اگر یک هردل باعث صدمه به کیفیت ماده غذایی می‌شود باید از شدت آن کاسته شود و با تنظیم و به کارگیری هردل‌های متفاوت در ماده غذایی در یک دامنه بهینه به کار گرفته شوند تا با وجود حفظ کیفیت و خصوصیات ارگونومیک به پایداری محصول کمک و ایمنی آن را تضمین کنند.

#### ■ واکنش‌های فیزیولوژیکی میکروارگانیسم‌ها در طول دوره نگهداری مواد غذایی

مواد غذایی

##### هموستازیس:

میکروب‌ها به پایداری یکنواخت درونی تمایل دارند. این تمایل به وسیله عوامل و موانع (هردل‌ها) می‌تواند آسیب ببیند و جلوی تکثیر میکروارگانیسم گرفته شود. در این صورت میکروب‌ها قبل از برقراری مجدد هموستازیس از بین می‌روند.

■ هموستازیس به دو نوع تقسیم می‌شود:

فعال

غیرفعال (مقاوم)

هر هردل با مکانیسم خاصی نقش خود را انجام می‌دهد و عامل اساسی ترکیب مناسب و هوشمندانه آن‌هاست که ماده غذایی را ایمن می‌کند. میکروارگانیسم‌های مواد غذایی در مقابل موانع هموستازیس برای غلبه بر شرایط نامناسب ایجاد شده واکنش‌های ترمیمی به کار می‌گیرند و تخلیه متابولیکی می‌شوند و انرژی آن‌ها مصرف و ماده غذایی استریل می‌شود. هر چقدر موانع بیشتر باشند، تخلیه متابولیکی و مصرف انرژی بیشتر است و ماده غذایی سریع‌تر و بهتر ایمن می‌شود.

واکنش تنش:

برخی باکتری‌ها وقتی با تنش مواجه می‌شوند، مقاوم‌تر شده و پروتئین‌هایی تولید می‌کنند که در مقابل تنش مقاومت می‌کنند؛ به این ترتیب بیماری‌زایی بیشتر شده و مقاومت نگهداری مواد غذایی با مشکل مواجه می‌شود؛ بنابراین باید تنش‌های مختلف را در یک زمان وارد کرد تا میکروب‌ها برای مقابله، با مشکل مواجه شده و تخلیه متابولیکی شوند. اگر هردل‌های مواد غذایی هم‌زمان اهداف مختلف مانند غشای سلولی -DNA- سیستم‌های آنزیمی و فعالیت آن‌ها و PH در سلول میکروب را مورد حمله قرار دهند، باعث اختلال در هموستاز میکروارگانیسم می‌شوند.

مکانیسم عمل هردل:

۰۱ برهم‌زدن مکانیسم هموستاز میکروارگانیسم؛

۰۲ جلوگیری از تولید پروتئین‌های مقاوم‌سازی؛

۰۳ استفاده از هردل‌هایی که اثر تشدیدکنندگی با هم دارند؛

۰۴ استفاده از میکروب‌های رقابت‌کننده با فلور رقابتی.

■ مهم‌ترین عمل هردل به هم‌زدن هموستاز میکروب است.

هر محصولی ممکن است ترکیب متفاوتی از هردل‌ها نیاز داشته

باشد که بستگی به موارد زیر دارد:

۰۱ میزان آلودگی میکروبی اولیه؛

۰۲ شرایط مساعد رشد میکروب در محصول؛

۰۳ طول مدت ماندگاری مورد انتظار برای محصول؛

۰۴ نوع محصول از نظر میزان و نوع مواد مغذی.

■ کاربرد تکنولوژی هردل:

■ میوه و سبزی؛

■ شیر و محصولات لبنی؛

■ گوشت؛

■ محصولات تخمیری؛

■ غذاهای سنتی.

۰۱ میوه و سبزی

■ یکی از محصولات رژیم غذایی بوده که به باکتری حساس هستند. از

هردل‌های زیر در پایداری و حفظ کیفیت استفاده می‌شود:

■ بسته‌بندی اصلاح‌شده؛

■ بسته‌بندی فعال؛

■ کاهش فعالیت آبی PH 0.97؛

■ درجه حرارت.

۰۲ فواید تکنولوژی هردل در میوه و سبزی از نظر تولیدکننده و

مصرف‌کننده

تولیدکننده:

■ فرآوری ساده؛

■ سرمایه‌گذاری و انرژی کمتر؛

■ عمر مفید بیشتر محصول؛

■ نگهداری بدون یخچال؛

■ انبارداری در بسته‌های کوچک.

مصرف‌کننده:

■ حفظ خواص تازه محصول؛

■ قابل نگهداری بدون استفاده از یخچال؛

■ آماده برای مصرف؛

■ محصول ایمن و راحت برای مصرف؛

■ ثبات میکروبی در محصول.

۰۳ تکنولوژی هردل در صنعت گوشت

■ گوشت دارای مواد مغذی بالاست و سریع فاسد می‌شود؛

■ هردل مورد استفاده از گوشت؛

■ دما؛

■ کاهش Eh؛

■ فلور رقابتی؛

■ PH=5.1؛

■ کاهش فعالیت آبی به ۰/۹

■ نتیجه‌گیری

دستیابی به نگهداری مطلوب مواد غذایی که در آن موانع (هردل‌های) هوشمند به کار گرفته می‌شوند و تاثیر مضاعف روی یکدیگر دارند، اثر هردل برشمرده و روش به کارگیری آن را تکنولوژی هردل می‌نامند. اختلال در هموستاز میکروب پدیده اصلی نگهداری است.

مجموعه عوامل (شامل فعالیت آبی، اسیدیته، دما، PH، RH، بسته‌بندی فعال و هوشمند نگه‌دارنده طبیعی و عصاره‌ها با ترکیب هماهنگ و هم‌زمان) می‌توانند ایمنی، کیفیت و خواص حسی ماده غذایی را تامین کنند؛ به صورتی که باعث افزایش ماندگاری محصول، حفظ محیط زیست، کاهش هزینه تولید و نگهداری می‌شوند.

این تکنولوژی در زمینه‌های گوناگون صنعت غذا در حال توسعه و دارای آینده روشن و جدید و بدیع است. دانشمندان، تکنولوژیست‌ها، تولیدکنندگان محصول و نمایندگان مصرف‌کنندگان با بهره‌گیری از چندین رشته علمی و با مشارکت یکدیگر باید این تکنولوژی را بسیار موثر به کار گیرند.

منابع:

۱. جعفری، مجتبی، ۱۳۸۵، تکنولوژی هردل، تهران: انتشارات آبیژ.

۲. قائدیان زهر، قائدیان سارا، ۱۳۹۲، مروری بر تکنولوژی هردل در صنایع غذایی؛ بیست و یکمین کنگره علوم و صنایع غذایی.

## QFD و کاربرد آن در افزایش بهره‌وری عملکرد کنترل کیفیت

در این مقاله به کارگیری روش مدیریتی QFD و تشکیل خانه کیفیت (HOQ) در کارخانه‌های صنعتی مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج نشان می‌دهد کاربرد QFD همچون دیگر مسایل مدیریتی، در بهبود کیفیت و ارائه خدمات مفید است.



نازنین افشاری

مدیر کنترل کیفیت  
شرکت ستاره‌یخی آسیا (پ.ا)

### ■ کاربرد تکنیک QFD در توسعه کیفیت

در طراحی مدیریت کیفیت جامع (TQM) از روش‌هایی برای ایجاد تمرکز بر مشتریان استفاده می‌شود که به وسیله آن کلیه نیازها و خواسته‌های مشتریان شناسایی شده و به‌نحو موثری به بخش‌های گوناگون سازمان انعکاس داده می‌شود.

این روش‌ها با نام‌هایی نظیر صدای مشتری (VOC-voice of customer) یا خانه کیفیت یا گسترش عملکرد (QFD-Quality Function Deployment) شناخته می‌شوند. عبارت QFD مخفف Quality Function Deployment است که در ۱۹۶۶ برای اولین بار Yoji Akao در کشور ژاپن معرفی کرد. از آن‌رو QFD را یک روش نظام‌مند می‌نامند که روند پیاده‌سازی خواست مشتری در محصول یا خدمت نهایی را بر اساس یک روش مرحله‌به‌مرحله و به‌کارگیری ماتریس‌هایی خاص در هر یک از مراحل، به انجام می‌رساند. به وسیله این روش‌ها صدای مشتری به فرآیند طراحی و توسعه محصول انتقال می‌یابد (QFD و کاربرد آن در توسعه محصولات نرم‌افزاری، محبوبه بنی‌هاشم).

تکنیک QFD اساساً به‌عنوان یک فعالیت مدیریتی و متناسب با دیدگاه مشتری شناخته می‌شود و با روش تجزیه و تحلیل سیستماتیک قادر به انتقال خواسته‌های مشتریان به واحدهای سازمان است؛ در واقع با به‌کارگیری این روش، صدای مشتری در کل زنجیره تولید شنیده می‌شود.

### ■ مقدمه

کیفیت را از دیدگاه مشتریان می‌توان رضایت مشتری تعریف کرد. در واقع مشتریان، قدرتمندترین ابزار کنترل کیفیت سازمان هستند. به‌طور کلی محور اصلی افزایش بهره‌وری کیفی محصولات، درک دقیق نیاز و خواسته مشتریان و برآورده‌سازی انتظارات آنهاست. عدم رعایت مشتری‌مداری مشکلات بسیاری از جمله نارضایتی مشتری را به‌دنبال دارد که می‌تواند سبب عدم بهره‌وری کیفی محصولات شود. در میان روش‌های نوین مدیریتی، QFD (کاربرد عملکرد کیفیت) ابزاری مهم جهت ترجمه خواسته یا صدای مشتری برای تولید کالا و محصول است که با به‌کارگیری عوامل کیفیت، سازمان را به سمت آنچه برای مشتری مهم است، هدایت می‌کند.





شکل ۱- خانه کیفیت

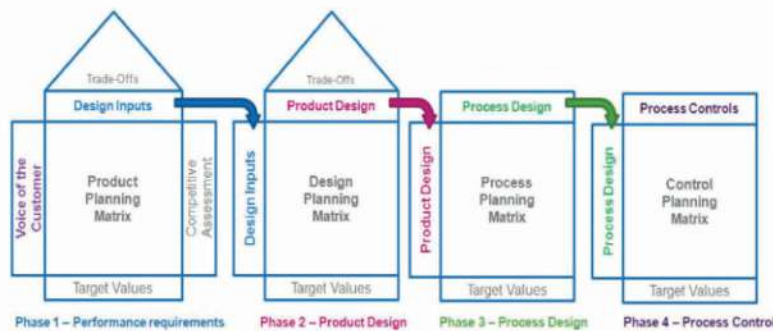
مهندسی کیفیت، از مطالعه بازار و شناسایی مشتریان محصول شروع شده و در فرآیند بررسی و تحلیل خود، ضمن شناسایی خواسته‌ها و نیازمندی‌های مشتریان، سعی در لحاظ کردن آن‌ها در تمامی مراحل طراحی و تولید دارد.

■ نتیجه‌گیری

گسترش عملکرد کیفیت، یک فرآیند برنامه‌ریزی مشتری مدار است که پاسخ پرسش‌های چه چیز و چگونه را با شنیدن صدای مشتری صنعت و جامعه می‌دهد. QFD سیستمی است برای طراحی یک محصول یا خدمت بر اساس خواسته‌های مشتریان، که تمام اعضای سازمان تامین‌کننده را درگیر می‌کند و به ایجاد فرصت‌هایی برای دستیابی به رضایت کامل مشتری به‌طور موثر کمک می‌کند. گسترش عملکرد کیفیت یک فرصت ایده آل برای تغییر دیدگاه از «ما بهترین چیزهایی را که مشتریان می‌خواهند، می‌دانیم به یک فرهنگ جدید که اجازه می‌دهد صدای مشتری را بشنویم» است. بنابراین، سازمان را قادر می‌سازد در خصوص مسایل کیفیت نقشی فعال و سازنده داشته باشد، منتظر شکایت‌های مشتریان نباشد؛ در ضمن معیارهایی برای سازمان‌ها فراهم می‌کند که استانداردهای کیفیتی محصولشان را با رقبا مقایسه کنند؛ بنابراین به آن‌ها برای برقرار کردن یک لبه رقابتی کمک می‌کند.

برای تحلیل مدل گسترش عملکرد کیفیت از تیم QFD استفاده می‌شود. تیم QFD معمولاً از مهندسان و متخصصان باتجربه سازمان تشکیل می‌شود؛ یعنی گروهی متشکل از ۵ تا ۱۰ نفر از متخصصان مرتبط گرد هم می‌آیند. زمانی که ماتریس ارتباطات تشکیل شد باید میزان رابطه هر یک از خصوصیات فنی (HOWS) با نیازمندی‌های مشتریان (WHATs) تعیین شود. برای این منظور تیم اجرایی QFD ارتباطات موردنظر را با توجه به نظر مهندسان و متخصصان باتجربه سازمان، نظرات مشتریان، داده‌های آماری و... تعیین می‌کند. روش QFD شامل چهار مرحله است:

۱. طرح‌ریزی محصول (صدای مشتری)؛
  ۲. طراحی محصول (آماده‌سازی اجرا)؛
  ۳. طرح‌ریزی فرآیند؛
  ۴. برنامه‌ریزی کنترل فرآیند (شکل ۲). (QFD و کاربرد آن در توسعه محصولات نرم‌افزاری - محبوبه بنی‌هاشم).
- از چالش‌های اساسی در تولید محصولات، اطمینان نداشتن از درک صحیح خواسته‌های نفعان است که به عنوان یکی از روش‌های نوین



شکل ۲- مراحل اجرای QFD

منبع:

DFQ و کاربرد آن در توسعه محصولات نرم‌افزاری، محبوبه بنی‌هاشم، سال ۱۳۹۹، ماهنامه کنترل کیفیت، شماره ۷۰۱.

فصل اول

درآمدی بر حقوق کسبوکار (بخش اول)



ضرورت آگاهی از قوانین کسبوکار

این بخش از نشریه که برگرفته از کتاب صفر تا صد حقوق کسبوکار به زبان ساده، تألیف دکتر فرهاد بیات و علی اکبر جعفری از انتشارات اندیشه ارشد و با همکاری انتشار داده بان دانا است، با توجه به وجود خلأ اساسی یک راهنمای جامع و معتبر در حوزه حقوق کسبوکار و عدم آگاهی فعالان اقتصادی، به ویژه تولیدکنندگان و کارآفرینان، و به صورت خاص، مدیران واحدهای صنایع غذایی که از مخاطبان این نشریه هستند، ایجاد شده است. این مبحث در عین سادگی متضمن یک سری مطالب مبتنی بر تجربه‌های عملی است که کمتر آن‌ها را می‌توان در کتب و مقالات یافت. جالب است که بیشترین کاربرد حقوق در حوزه کسبوکار است؛ ولی هنوز هیچ گرايشی تحت عنوان «حقوق کسبوکار» در دانشگاه‌های ایران راه‌اندازی نشده است. در راستای تحقق عملی اهداف بالا، بخش آموزشی قوانین کسبوکار بر اساس اصول زیر تهیه و بر آن استوار شده است:

۱. سادگی متن
۲. انتخاب موضوع‌های مورد نیاز بازار
۳. آرایه راه‌حل‌های کاربردی
۴. توجه به ابعاد مالی و حقوقی موضوع‌ها به صورت توأمان

بخش قوانین کسبوکار در ۹ فصل تدوین شده است: فصل اول به مباحث مقدماتی راجع به نحوه گرفتن انواع مجوزهای کسبوکار و قوانین و مقررات و نهادهای حمایتی مرتبط با کسبوکار پرداخته است؛ فصل دوم تا هفتم (شامل حقوق قراردادها، شرکت‌ها، اسناد تجاری، کار، تأمین اجتماعی و مالیات) عملاً در هر کسبوکاری خواه سنتی یا جدید، خواه بزرگ یا کوچک نقش آفرینی می‌کند. اشراف بر آن‌ها می‌تواند از بروز بسیاری از چالش‌ها و زیان‌های ناشی از آن‌ها جلوگیری کند؛ به ویژه اینکه ورود به بازار مستلزم اشراف بر قواعد حاکم بر آن است و مباحث مطروحه در این بخش، متضمن بسیاری از همین قواعد است.

ماده ۱ قانون اجرای اصل ۴۴؛ بنابراین برای اطلاع از این امر که چه فعالیت‌هایی نیازمند مجوز هستند، باید به درگاه اخیر مراجعه کرد. در همین راستا، کلیه مراجعی که مجوز کسبوکار صادر می‌کنند، موظفند نوع، شرایط، هزینه، زمان، فرآیند و مراحل صدور، تمدید و لغو مجوزهای خویش را به همراه مبانی قانونی مربوط به «هیات مقررات‌زدایی و تسهیل صدور مجوزهای کسبوکار» ارسال کنند تا در سایت G4b نمایش داده شود؛ در غیر این صورت الزام اشخاص به اخذ مجوز ممنوع است (ماده ۶۲ قانون برنامه پنجم و تبصره ۵ ماده ۷ قانون اجرای اصل ۴۴)؛ همچنین مراجع صادرکننده مجوز کسبوکار حق ندارند حتی با توافق متقاضی مجوز، هیچ شرط یا مدرک یا هزینه‌ای بیش از آنچه در سامانه اخیر آمده است از متقاضی مطالبه کنند؛ و گرنه مرتکب، علاوه بر جبران خسارت زیان دیده به مجازات مندرج در ماده ۶۰۰ قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۷۵ (حبس از دو ماه تا یک سال) محکوم خواهد شد (تبصره ۴ ماده ۷ قانون اجرای اصل ۴۴ و تبصره ۱ ماده ۶۲ قانون برنامه پنجم).

**۵۱** فعالان کسبوکار می‌توانند از طریق درگاه G4b.ir تقاضای صدور مجوز کنند؛ در صورتی که پس از تکمیل مدارک، مرجع مربوطه از صدور مجوز در مهلت زمانی مقرر شده امتناع کند، متقاضی می‌تواند از طریق همین درگاه شکایت خود

مبحث اول - مبانی حقوق کسبوکار (قسمت اول)

**۵۱** مرجع رسمی اعلام شرایط صدور، تمدید، اصلاح و ابطال مجوزهای کسبوکار، درگاه ملی مجوزهای کشور به نشانی [www.G4b.ir](http://www.G4b.ir) است (بند ۲۱



ثانیا، اصل بر این است که تمام فعالیت‌ها مشمول گروه یک بوده و فعالیت‌های گروه دو و سه استثنا محسوب می‌شوند (مواد ۲ و ۳ و ۴ قانون اجرای اصل ۴۴)؛ ثالثا، هر امتیازی که برای بنگاه‌های دولتی با فعالیت اقتصادی گروه یک و دو مقرر شود، عینا و با اولویت برای بنگاه یا فعالیت اقتصادی مشابه در بخش خصوصی، تعاونی و عمومی غیردولتی نیز باید در نظر گرفته شود (ماده ۸ قانون اجرای اصل ۴۴).

**۵۶** کسب و کارها از حیث آزادی اشتغال به آن‌ها، به سه دسته قابل تقسیم هستند:

الف) فعالیت‌های ممنوعه: لیست فعالیت‌های ممنوعه در فضای مجازی در سایت [Internet.ir](http://Internet.ir) قابل مشاهده است.

ب) فعالیت‌های مجاز: فعالیت‌هایی که انجام آن‌ها مجاز بوده و نیاز به گرفتن مجوز از مرجع خاصی هم ندارد؛ مثل داوری در حل و فصل اختلافات.

پ) فعالیت‌های مجاز مشروط: فعالیت‌هایی که انجام آن‌ها مجاز بوده، ولی نیاز به گرفتن مجوز دارند که بر دو قسم هستند:

اول - فعالیت‌هایی که ثبت شرکت برای آن‌ها منوط به گرفتن مجوز است؛ به عنوان مثال، اگر شرکتی در اساسنامه، «آموزش» را جزو فعالیت خویش آورده باشد، ثبت چنین شرکتی محتاج گرفتن مجوز حسب مورد از وزارت آموزش و پرورش، وزارت علوم یا سازمان فنی و حرفه‌ای است؛ گفتنی است، اصولا ثبت شرکت نیاز به گرفتن مجوز خاصی نداشته و منوط شدن ثبت شرکت به مجوز امر کاملا استثنایی محسوب شده و صرفا در ۱۷ مورد فعالیت، ثبت شرکت منوط به مجوز است که فهرست آن در سایت دادبانان قابل مشاهده است.

دوم - فعالیت‌هایی که ثبت شرکت برای آن‌ها نیاز به گرفتن مجوز ندارد؛ ولی «شروع فعالیت» نیاز به گرفتن مجوز دارد که فهرست این گونه فعالیت‌ها در قالب کتابچه الکترونیکی در سایت [G4b.ir](http://G4b.ir) قابل مشاهده است.

**۵۷** متقاضی مجوز ممکن است شخص حقیقی یا حقوقی باشد و اصولا گرفتن مجوز نیازی به ثبت شرکت ندارد؛ به عنوان مثال، متقاضی مجوز انتشارات ممکن است شخص حقیقی یا موسسه ثبت شده باشد؛ با وجود این، به طور استثنایی ممکن است مجوزی صرفا به شخص حقیقی یا حقوقی داده شود؛ به عنوان مثال، مجوز بازاریابی شبکه‌ای صرفا به شرکت سهامی خاص داده می‌شود.

**۵۸** صرف ثبت شرکت به منزله مجوز شروع فعالیت مندرج در اساسنامه شرکت محسوب نمی‌شود و در صورتی که آن فعالیت برابر قانون محتاج گرفتن مجوز باشد، شرکت باید پیش از شروع فعالیت آن مجوز را دریافت کند.

**۵۵** پس از تصویب قانون اجرای اصل ۴۴، فعالیت دولت در اقتصاد محدودتر و قلمرو فعالیت بخش غیردولتی گسترده‌تر شد؛ بر اساس این قانون، فعالیت‌های اقتصادی در ایران به سه گروه تقسیم می‌شود:

الف) گروه یک که هر گونه مالکیت، سرمایه‌گذاری و مدیریت دولت در آن‌ها یا مشارکت به هر نحو و میزان ممنوع بوده و منحصر در اختیار بخش غیردولتی است؛ البته ورود دولت در این فعالیت‌ها در حد ضرورت یا در مناطق کمتر توسعه یافته یا صنایع پیشرفته خطرپذیر که بخش غیردولتی ورود نمی‌کند، تحت شرایطی مجاز است (تبصره ماده ۴ قانون اجرای اصل ۴۴)؛

ب) گروه دو که دولت حداکثر تا ۲۰ درصد ارزش این فعالیت‌ها در بازار، می‌تواند سهم داشته باشد و مابقی الزاما در اختیار بخش غیردولتی (اعم از خصوصی، تعاونی و مؤسسات عمومی غیردولتی) است؛

پ) گروه سه که سرمایه‌گذاری، مالکیت و مدیریت در فعالیت‌ها و بنگاه‌های این گروه منحصر در اختیار دولت است و فعالیت بخش غیردولتی در این دسته از فعالیت‌ها صرفا در قالب خرید خدمت و به شرط حفظ مالکیت صددرد دولت امکان‌پذیر است؛ مانند رادیو و تلویزیون.

در خصوص طبقه‌بندی فعالیت‌های اخیر باید گفت اولاً، تشخیص، انطباق و طبقه‌بندی فعالیت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی هر یک از این سه گروه با هیات وزیران است که در خصوص موارد گروه سه باید به تصویب فرماندهی کل نیروهای مسلح نیز برسد؛

را به دبیرخانه هیات مقررات‌زدایی تسلیم و تقاضای تسریع در صدور مجوز را بنماید؛ در این صورت بالاترین مقام دستگاه یا استاندار مربوطه موظف است ظرف حداکثر هفت روز کاری از تاریخ ثبت درخواست با دعوت از متقاضی صدور مجوز و مراجع صادرکننده مجوز، موضوع را بررسی و اشخاصی را که در صدور مجوز اخلال یا اهمال کرده‌اند، به هیات تخلفات اداری معرفی کند (تبصره ۱ ماده ۷ قانون اجرای اصل ۴۴). علاوه بر این، امتناع از پذیرش مدارک و درخواست مجوز و تاخیر بیش از ظرف زمانی تعیین شده، مصداق «اخلال در رقابت» محسوب و متقاضی می‌تواند شکایت خود را به مرکز ملی رقابت نیز تسلیم کند. در این صورت شورای رقابت موظف است به شکایت ذی‌نفع رسیدگی و بالاترین مقام مسوول دستگاه مربوطه را به مجازات تعیین شده در بند (۱۲) ماده (۶۱) قانون اجرای اصل ۴۴ (بین ده میلیون تا یک میلیارد ریال) محکوم کند (تبصره ۲ ماده ۴۴ قانون اجرای اصل ۴۴).

**۵۳** صادرکنندگان مجوز کسب و کار اجازه ندارند به دلیل «اشباع بودن بازار» از پذیرش تقاضا یا صدور مجوز کسب و کار امتناع کنند؛ وگرنه علاوه بر محکومیت به صدور مجوز، به مجازات مندرج در بند پیشین محکوم خواهند شد (تبصره ۲ ماده ۷ قانون اجرای اصل ۴۴).

**۵۴** مطابق اصل ۲۸ قانون اساسی، اصل بر آزادی انتخاب شغل و انجام کسب و کار است؛ بنابراین ممنوعیت از اشتغال یا منوط کردن آن به گرفتن مجوز، استثنا محسوب شده و محتاج قانون است.



**۹۹** افراد صنفی (یعنی هر شخص حقیقی یا حقوقی که محل کسب دایر یا وسیله کسی را فراهم کرده و به عرضه کالا یا خدمت به مصرف کننده اشتغال دارد) موظفند قبل از تاسیس هر نوع واحد صنفی یا اشتغال به کسب و حرفه، به اخذ پروانه کسب اقدام کنند. پروانه کسب، مجوزی است که به منظور شروع و ادامه کسب و کار یا حرفه به صورت دائم (برای مدت پنج سال) یا موقت (به مدت یک سال) به فرد یا افراد صنفی برای محل مشخص یا وسیله کسب معین صادر می شود (ماده ۵ قانون نظام صنفی).

**۱۰۰** مراحل صدور پروانه کسب طبق ماده ۲۶ قانون نظام صنفی و ماده ۲ آیین نامه اجرایی نحوه صدور و تمدید پروانه کسب عبارت است از:

**الف- متقاضی** پروانه کسب می بایست به سامانه [iraniansnaf.ir](http://iraniansnaf.ir) و [G4b.ir](http://G4b.ir) و سپس مراجعه و تقاضای خود را ثبت و به اخذ کد رهگیری اقدام کند.

**ب- مرجع صدور** پروانه کسب موظف است حداکثر ظرف مدت پانزده روز از تاریخ دریافت تقاضا، پاسخ متقاضی را مبنی بر رد یا قبولی تقاضا به او ابلاغ کند. عدم اعلام نظر در مدت یاد شده به منزله پذیرش محسوب می شود.

**پ- پس از قبول تقاضا** (یا عدم اعلام نظر مرجع صدور در موعد مقرر) مرجع صدور پروانه کسب مکلف است، استعلام های مورد نیاز را صادر و دستگاه های استعلام شونده نیز موظفند حداکثر ظرف مدت پانزده روز از تاریخ دریافت استعلام، نظر قطعی خود را اعلام دارند. اعلام نظر موافق دستگاه های استعلام شونده باید بدون ابهام و هر گونه قید و شرط و نظر مخالف نیز مستند به دلایل قانونی باشد؛ در غیر این صورت یا در صورت عدم اعلام نظر در مهلت مقرر، به منزله نظر مثبت تلقی می شود و پاسخ منفی خارج از موعد مقرر مانع از صدور پروانه کسب نخواهد شد.

**ت- متقاضی** موظف است حداکثر ظرف سه ماه، مدارک مورد نیاز برای صدور پروانه کسب را تهیه و از طریق سامانه ارسال کند.

**ث- مرجع صدور** پروانه کسب موظف است پس از دریافت مدارک مورد نیاز و تطبیق با اصل آن، حداکثر ظرف پانزده روز به صدور پروانه کسب و تسلیم آن به متقاضی اقدام کند.

**۱۱** شرایط لازم برای صدور پروانه کسب طبق ماده ۳ آیین نامه اجرایی نحوه صدور و تمدید پروانه کسب، عبارتند از:

**الف- شرایط عمومی:**

• **سند مالکیت** عین و منفعت یا منافع از جمله اجاره نامه، صلح نامه، هبه، قرارداد مشارکت، مبیعه نامه یا قراردادهای موضوع ماده (۱۰) قانون مدنی، اعم از رسمی یا عادی (در روستاها احراز

مالکیت طبق عرف محل است)؛

• **گواهی صلاحیت** از نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران؛ صرفا واحدهای صنفی موضوع ماده (۲) آیین نامه اماکن عمومی مصوب مورخ ۱۳۶۳/۳/۲۳ هیات وزیران مشمول گواهی صلاحیت نیروی انتظامی هستند؛

• **گواهی اداره امور مالیاتی** ذی ربط مبنی بر تشکیل پرونده یا پرداخت یا ترتیب پرداخت بدهی مالیات قطعی شده (موضوع ماده ۱۸۶ قانون مالیات های

شاغل در واحد صنفی.

**۱۱۲** پروانه کسب اشخاص حقوقی به نام شرکت با ذکر نام مدیر عامل یا یکی از اعضای هیات مدیره (بر اساس مصوبه هیات مدیره) و در مشارکت های مدنی نیز پروانه کسب به نام یکی از شرکا با رضایت رسمی (محضری) سایر شرکا صادر می شود (ماده ۱۳ آیین نامه)؛ در فرض اخیر، یعنی در جایی که چند نفر، یک واحد صنفی را به صورت مشترک اداره کنند، به طور «مشترک» مسوولیت امور واحد



مستقیم)؛

• **گواهی گذراندن دوره های آموزشی احکام تجارت و کسب و کار** در چهار چوب دستور العمل آموزش (موضوع بند «ن» ماده ۳۰ قانون نظام صنفی)؛

• **شناسنامه و کارت ملی** برای اتباع ایرانی و گذرنامه و پروانه کار برای اتباع خارجی به همراه شش قطعه عکس پرسنلی؛

• **کارت پایان خدمت** نظام وظیفه یا معافیت دائم یا پزشکی یا گواهی اشتغال به تحصیل برای آقایان کمتر از پنجاه سال سن؛

• **حداقل سن** برای دریافت پروانه کسب هجده سال است.

**ب- شرایط اختصاصی:**

• **کارت معاینه پزشکی** و گواهی صلاحیت بهداشتی از مراکز بهداشتی، درمانی (برای صنوف مشمول قانون اصلاح ماده ۱۳ قانون مواد خوردنی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی)؛

• پروانه تخصصی و فنی یا دیپلم فنی یا مدارک دانشگاهی مرتبط یا حضور یک نفر واجد شرایط

را بر عهده خواهند داشت (تبصره ۴ ماده ۱۲ قانون نظام صنفی).

**۱۱۳** صدور بیش از یک پروانه کسب برای هر فرد صنفی واجد شرایط برای یک تا چند محل کسب به شرط معرفی مباشر مانعی ندارد (تبصره ۳ ماده ۱۲ قانون نظام صنفی)؛ مرجع صدور پروانه کسب موظف است با اخذ مدارک بندهای ۲، ۵ و ۶ شورای عمومی (در صورت شمول) مندرج در شماره ۱۱ همین کتاب، برای فرد معرفی شده، کارت مباشرت صادر کند؛ مدت اعتبار کارت مباشرت، مطابق مدت اعتبار پروانه کسب صادره خواهد بود؛ اما فرد صنفی می تواند هر موقع که مقتضی بداند به عزل یا تغییر مباشر خود اقدام کند (ماده ۱۸ آیین نامه).

**۱۱۴** افراد صنفی مکلفند پیش از به کار گیری کسائی که برای انجام دادن خدمات به منازل و اماکن مراجعه می کنند، مراتب را به اتحادیه اطلاع دهند تا اتحادیه پس از اخذ نظر نیروی انتظامی، به صدور کارت شناسایی عکس دار با درج تخصص اقدام لازم را به عمل آورد (تبصره ۱ ماده ۱۷ قانون نظام

صنفي).

**۱۵** نصب تابلو روی سردر اماکن تجاری یا اداری منوط به دریافت مجوز از سازمان زیباسازی شهرداری است. در صورتی که تابلو بدون دریافت مجوز نصب شود، شهرداری می‌تواند پس از ابلاغ دو اخطار، به رفع تخلف اقدام کند (مصوبه شماره ۱۹۰۷ شورای شهر تهران).

شایان ذکر است، مدارک لازم جهت دریافت مجوز عبارتند از: الف) سند مالکیت یا اجاره‌نامه؛ ب) مجوز فعالیت؛ پ) پایان کار اداری یا تجاری؛ ت) طرح اولیه تابلو در مقیاس مناسب و با رعایت قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی بیگانه و آیین‌نامه اجرایی آن (ماده ۸ آیین‌نامه).

**۱۶** در صورتی که تابلوی منصوب بر سردر اماکن تجاری یا اداری، صرفاً بیانگر محل استقرار و فعالیت بوده و متضمن تبلیغات نباشد، شهرداری حق دریافت مبلغی تحت عنوان عوارض تابلو را ندارد (رأی شماره ۴۱۵ مورخ ۱۳۹۵/۶/۱۶ و رأی شماره ۱۲۴۲ و ۱۲۴۳ و ۱۲۴۴ مورخ ۱۳۹۶/۱۲/۸ دیوان عدالت اداری)؛ به عنوان مثال، نصب تابلوی فرهاد بیات (وکیل پایه یک دادگستری) مستلزم پرداخت مبلغی نیست؛ ولی نصب تابلو با علامت تجاری LG بر سردر مغازه تلویزیون فروشی مصداق تابلوی تبلیغاتی بوده و مشمول عوارض تابلواست.

**۱۷** استفاده از تابلو یا نوشته‌ها یا نشانه‌هایی که «منحصراً» به خط غیر فارسی تنظیم شده باشد به استثنای نشانه‌های بین‌المللی ممنوع است. نیروی انتظامی موظف است از نصب و ادامه استفاده از آن‌ها جلوگیری کند (ماده ۱۴ آیین‌نامه اجرایی قانون ممنوعیت به کارگیری اسامی، عناوین و اصلاحات بیگانه) (استفاده از نوشتار یا اسامی بیگانه دارای استثنائاتی است که در مبحث ثبت علامت تجاری به تفصیل آمده است).

**۱۸** محل دایر شده به وسیله هر شخص حقیقی یا حقوقی که پروانه کسب برای آن صادر نشده است با درخواست اتحادیه و تایید اتاق اصناف شهرستان، توسط نیروی انتظامی پلمب می‌شود (ماده ۲۷ همان قانون). قبل از پلمب محل دایر شده از ده تا بیست روز به دایر کننده مهلت داده می‌شود تا کالاهای موجود در محل را تخلیه کند (تبصره ۱ ماده ۲۷).

**۱۹** هر فرد صنفي که واحد کسب وی تعطیل می‌شود، می‌تواند به کمیسیون نظارت شکایت کند. نظر کمیسیون نظارت که حداکثر ظرف دو هفته اعلام خواهد شد، لازم‌الاجراست. در صورتی که فرد صنفي نظر کمیسیون را قبول نداشته باشد، می‌تواند جهت اعتراض به مراجع قضایی مراجعه کند (تبصره ۲ ماده ۲۸). در صورتی که تعطیلی واحد صنفي غیرموجه تشخیص داده شود، میزان

خسارات وارده بر عهده کسی است که دستور پلمب را داده است (تبصره ۳ ماده ۲۸).

**۲۰** اصل بر این است که کلیه افراد صنفي، مشمول قانون نظام صنفي هستند؛ مگر اینکه اثبات شود که تابع قانون خاصی هستند و منظور از قانون خاص، قانونی است که بر اساس آن، نحوه صدور مجوز فعالیت، نحوه تنظیم و تنسيق (سروسامان دادن) امور آن، نظارت، بازرسی و رسیدگی به تخلفات افراد و واحدهای تحت پوشش آن به صراحت در متن قانون مربوطه معین شده باشد (تبصره ماده ۱ قانون نظام صنفي)؛ به عنوان مثال، وکلا و پزشکان به دلیل وجود قانون خاص از مشمول قانون نظام صنفي خارج هستند.

**۲۱** کسب و کار مجاز: واحد صنفي است که از طریق ابزارهای ارتباط از راه دور مانند وبسایت یا اپلیکیشن مبادرت به عرضه کالا یا خدمت می‌کند. مراحل و مدارک دریافت مجوز کسب و کار مجازی تقریباً به مانند سایر مجوزات صنفي است؛ با این تفاوت که در عمل، متقاضی باید پیش از دریافت این مجوز از سایت [www.enamad.ir](http://www.enamad.ir) نماد اعتماد الکترونیکی دریافت کند.

**۲۲** بازاریابی شبکه‌ای (Network Marketing): یک روش بازاریابی فروش است که در آن، بازاریاب علاوه بر کارمزدی که از فروش مستقیم محصول کسب می‌کند، از فروش محصول توسط بازاریابانی که توسط او به عنوان زیرمجموعه ساماندهی شده‌اند نیز کسب درآمد می‌کند. بر اساس آیین‌نامه اجرایی بازاریابی شبکه‌ای مصوب ۱۳۹۵/۱۲/۱ وزیر صمت، مجوز بازاریابی شبکه‌ای به متقاضی داده می‌شود که اولاً، قصد فعالیت در فضای مجازی داشته و وبسایت خود را طبق چک لیست کمیته نظارت راه‌اندازی کرده باشند (بند ۵ ماده ۷)؛ دوم اینکه، برابر طرح سوددهی ارائه شده از سوی متقاضی، پرداخت هرگونه حق کمیسیون یا پاداش صرفاً بر اساس فروش محصول شرکت باشد، نه جذب بازاریاب و عضوگیری (بند ۳ ماده ۹). امر اخیر مهم‌ترین تفاوت شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای با شرکت‌های هرمی است؛ سوم اینکه، کالا و خدمت مورد عرضه باید در سبد قشر وسیعی از جامعه قرار داشته و عرفاً چندبار در سال توسط مصرف‌کنندگان تجدید خرید شود و مشابه آن در بازار وجود داشته باشد (بند ۷ ماده ۱). به عبارت دیگر، باید کالای مورد عرضه «صرفی تند گردش» باشد؛ مانند اقلام خوراکی. هدف از شرط اخیر این است که دریافت حق کمیسیون بر اساس فروش باشد، نه عضوگیری؛ چهارم اینکه، متقاضی باید حداکثر ظرف سه ماه از تاریخ معرفی‌نامه دبیرخانه کمیته نظارت نسبت به ثبت شرکت سهامی خاص اعطا نمی‌شود؛ بنابراین

مجوز اخیر به اشخاص حقیقی و اشخاص حقوقی غیر از شرکت سهامی خاص اعطا نمی‌شود؛ پنجم اینکه، شرکت بازاریابی شبکه‌ای باید واحد تولیدی دارای پروانه بهره‌برداری به نام خود داشته باشد (بند ۶ ماده ۸). پس از تکمیل مدارک توسط متقاضی، اتحادیه موظف است حداکثر ظرف پانزده روز به صدور و تسلیم پروانه کسب، همراه نماد بازاریابی شبکه‌ای اقدام کند.

**۲۳** مطابق ماده ۲ قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، منظور از مشاغل یا کسب و کار خانگی، آن دسته از فعالیت‌هایی است که توسط عضو یا اعضای خانواده در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب و کار، بدون مزاحمت و ایجاد اختلال در آرامش واحدهای مسکونی همجوار شکل می‌گیرد و منجر به تولید خدمت یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی می‌شود. بنابراین تعریف، مهم‌ترین ویژگی مشاغل خانگی این است که صاحب کسب و کار یا شغل خانگی در محل سکونت خود فعالیت می‌کند. شاغلان کسب و کار خانگی می‌توانند برای کارفرمای خارج از محیط مسکونی کار کنند که در این صورت، حسب مورد ممکن است کارگر یا پیمانکار محسوب شوند یا اینکه مستقلاً صاحب کسب و کار خانگی بوده و مبادرت به تولید کالا یا خدمت قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی کنند.

**۲۴** با توجه به مواد ۷ و ۱۱ قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، مهم‌ترین مزایای دریافت مجوز مشاغل خانگی عبارت است از:

**الف-** کلیه شهرداری‌ها موظفند مکان‌های مناسبی را برای عرضه محصولات صاحبان مشاغل خانگی، به صورت دوره‌ای در روزهای مشخص هفته تامین کنند (ماده ۱۱ همان قانون)؛

**ب-** معافیت از عوارض اداری و تجاری تعیینی و مصوب شوراهای اسلامی شهرها و روستاها؛ شایان ذکر است که مزیت اخیر فقط شامل عوارض است و شامل مالیات نمی‌شود. به عبارت دیگر از آنجا که معافیت مالیاتی محتاج نص قانونی است، مشاغل خانگی معافیت کلی از مالیات ندارند؛ البته اگر فعالیتی از مالیات معاف باشد، طبعاً در قالب مشاغل خانگی نیز معاف تلقی می‌شود؛ مانند درآمد کارگاه‌های فرش دستباف و صنایع دستی که به موجب ماده ۱۴۲ قانون مالیات‌های مستقیم از مالیات بر درآمد معاف هستند.

**پ-** عدم نیاز به تغییر کاربری مسکونی؛ مطابق تبصره بند ۲۴ ماده ۵۵ قانون شهرداری، در صورتی که بر خلاف مندرجات پروانه ساختمانی در منطقه غیر تجاری محل کسب یا تجارت دایر شود، شهرداری مورد را در کمیسیون ماده صد این

را بر کند و اگر بخواهد علاوه بر راه اندازی کسب و کار از خدمات اعضای خانواده خود استفاده کرده و آن‌ها را تحت حمایت خود بگیرد، می‌تواند فرم متقاضی پشتیبان را پر کند. در دو فرض اخیر، متقاضی باید طرح توجیهی کسب و کار به دستگاه اجرایی ذی‌ربط ارائه کند (ماده ۲۶ دستورالعمل). دسته سوم اشخاصی هستند که می‌خواهند تحت پوشش شخص دیگری کار کنند که این دسته باید فرم متقاضیان تحت پوشش را تکمیل کنند. گفتنی است، فهرست مشاغل را که امکان انجام آن‌ها در قالب کسب و کار خانگی وجود دارد، ستاد تعیین می‌کند. البته در صورتی که شغل مورد نظر متقاضی در فهرست قرار نداشته باشد، می‌تواند آن را پیشنهاد دهد که در صورت تصویب ستاد، به فهرست مشاغل افزوده خواهد شد.

**۲۶** کارت بازرگانی مجوزی است جهت واردات و صادرات که حسب مورد توسط اتاق بازرگانی یا تعاون ایران صادر می‌شود (ماده ۳ قانون صادرات و واردات).

**۲۷** کارت بازرگانی اختصاص به اشخاص حقوقی نداشته و اشخاص حقیقی نیز می‌توانند به دریافت آن اقدام کنند؛ اما امکان تبدیل کارت حقیقی به حقوقی و برعکس ممکن نیست. متقاضی کارت بازرگانی، علاوه بر لزوم ارائه سند مالکیت یا اجاره‌نامه، گواهی مالیاتی (موضوع ماده ۱۸۶ قانون مالیات‌های مستقیم)، گواهی عدم سوء پیشینه و کارت پایان خدمت (برای آقایان)، باید حداقل مدرک دیپلم و ۲۳ سال تمام شمس‌ی داشته باشد؛ همچنین کارت شخص حقوقی صرفاً به نام مدیرعامل صادر می‌شود؛ بنابراین وجود یک کارت حقیقی و یک کارت حقوقی به صورت هم‌زمان برای یک شخص مانعی ندارد؛ اما داشتن دو کارت حقیقی یا دو کارت حقوقی برای یک شخص امکان‌پذیر نیست. شایان ذکر است، اگر مدیرعامل در جای دیگری مدیرعامل شود (مدیرعاملی در بیش از یک شرکت منع قانونی دارد)، در صورتی می‌تواند کارت دریافت کند که کارت شرکت قبلی غیر فعال شده یا شرکت قبلی مدیرعامل جدید معرفی کند.

**۲۸** اشخاص حقوقی یا حقیقی که دارای حداقل بیست سال سن و مدرک دیپلم هستند و در یکی از امور بازرگانی، صنعتی، معدنی، کشاورزی یا خدمات وابسته به این نوع فعالیت‌ها اشتغال دارند، می‌توانند از طریق سایت [chambertrust.ir](http://chambertrust.ir) تقاضای عضویت در اتاق را ارائه دهند. کارت عضویت مجوز فعالیت محسوب نمی‌شود و صرفاً شخص عضو می‌تواند از خدمات اتاق استفاده کرده یا به واسطه آن در انتخابات اتاق شرکت کند.

**۲۹** شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان، شرکت یا موسسه خصوصی یا تعاونی است که به منظور هم‌افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی (شامل گسترش و کاربرد اختراع و نوآوری) و تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه (شامل طراحی و تولید کالا و خدمات) در حوزه فناوری‌های برتر و با ارزش افزوده فراوان به‌ویژه در تولید نرم‌افزارهای مربوط تشکیل می‌شود (ماده ۱ قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان).

**۳۰** شخص حقیقی نمی‌تواند از امتیازهای «دانش‌بنیان» استفاده کند و پیش شرط دانش‌بنیان شدن ایجاد یک شخصیت حقوقی (اعم از شرکت یا مؤسسه) است. پس از ثبت شرکت یا موسسه، متقاضی باید درخواست خویش را از طریق سایت [daneshbonyan.isti.ir](http://daneshbonyan.isti.ir) به کارگروه تعیین مصادیق شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان تقدیم کند.

فهرست کالاها و خدمات دانش‌بنیان در سایت اخیر آمده است. از مهم‌ترین شاخص‌های احراز دانش‌بنیان بودن این است که اولاً، فعالیت متقاضی در فناوری‌های سطح بالا و پیچیده باشد؛ ثانیاً، دانش فنی مذکور در شرکت بومی شده باشد و به‌صورت لیسانس یا مونتاژ نباشد؛ ارزیابی‌ها شامل یک ارزیابی اولیه و ظاهری است و در مرحله دوم ارزیابی ماهوی و فنی صورت می‌گیرد.

قانون مطرح و کمیسیون در صورت احراز تخلف مالک یا مستاجر با تعیین مهلت مناسب که نباید از دو ماه تجاوز کند، درباره تعطیل کردن محل مزبور اتخاذ تصمیم کرده و این تصمیم توسط مأموران شهرداری اجرا می‌شود؛ بنابراین در محلی که در شرایط عادی استفاده تجاری از محل مسکونی تخلف محسوب و از آن جلوگیری به عمل می‌آید، صاحبان کسب و کار و مشاغل خانگی می‌توانند مستنداً به بند ۴ ماده ۱۷ این قانون، از محل سکونت خود برای کسب و پیشه استفاده کنند.

**ت** - استفاده از تسهیلات بانکی به‌ویژه قرض الحسنه بانک‌ها و صندوق کارآفرینی امید؛ بانک مرکزی موظف است با هماهنگی وزارت کار و امور اجتماعی، نحوه توزیع منابع قرض الحسنه برای مشاغل و کسب و کار خانگی را با توجه به اولویت و اهمیت انواع مشاغل خانگی و سهم هر استان تعیین و در ابتدای هر سال به بانک‌ها و موسسات اعتباری ابلاغ کند (بند ۶ ماده ۷ و تبصره آن)؛ همچنین صندوق کارآفرینی امید موظف است با هماهنگی دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط، هر سال ۲۰ درصد از منابع خود را به طرح‌های ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی اختصاص دهد.

**ث** - کسب و کارهای خانگی دارای مجوز می‌توانند در چهارچوب «صاحبان حرف و مشاغل آزاد» (موضوع قانون اصلاح بند ب و تبصره ۳ ماده ۴ قانون تأمین اجتماعی) خود را به صورت اختیار بیمه کنند (ماده ۹ دستورالعمل)؛ البته به نظر می‌رسد مقرره اخیر امتیاز ویژه‌ای برای صاحبان مشاغل خانگی محسوب نمی‌شود و صاحبان سایر حرف هم می‌توانند خود را به صورت اختیاری و خویش‌فرما با پرداخت حق بیمه، تحت پوشش بیمه تأمین اجتماعی قرار دهند؛ مضافاً بر اینکه تمام فعالان مشاغل خانگی، کارفرما نیستند و ممکن است کارگر کارفرمایی باشند که خارج از محل سکونت کارگر حضور دارد که در این صورت کارگزاری که در خانه خویش کار می‌کند، مشمول بیمه اجباری است و نیازی به بیمه اختیاری ندارد.

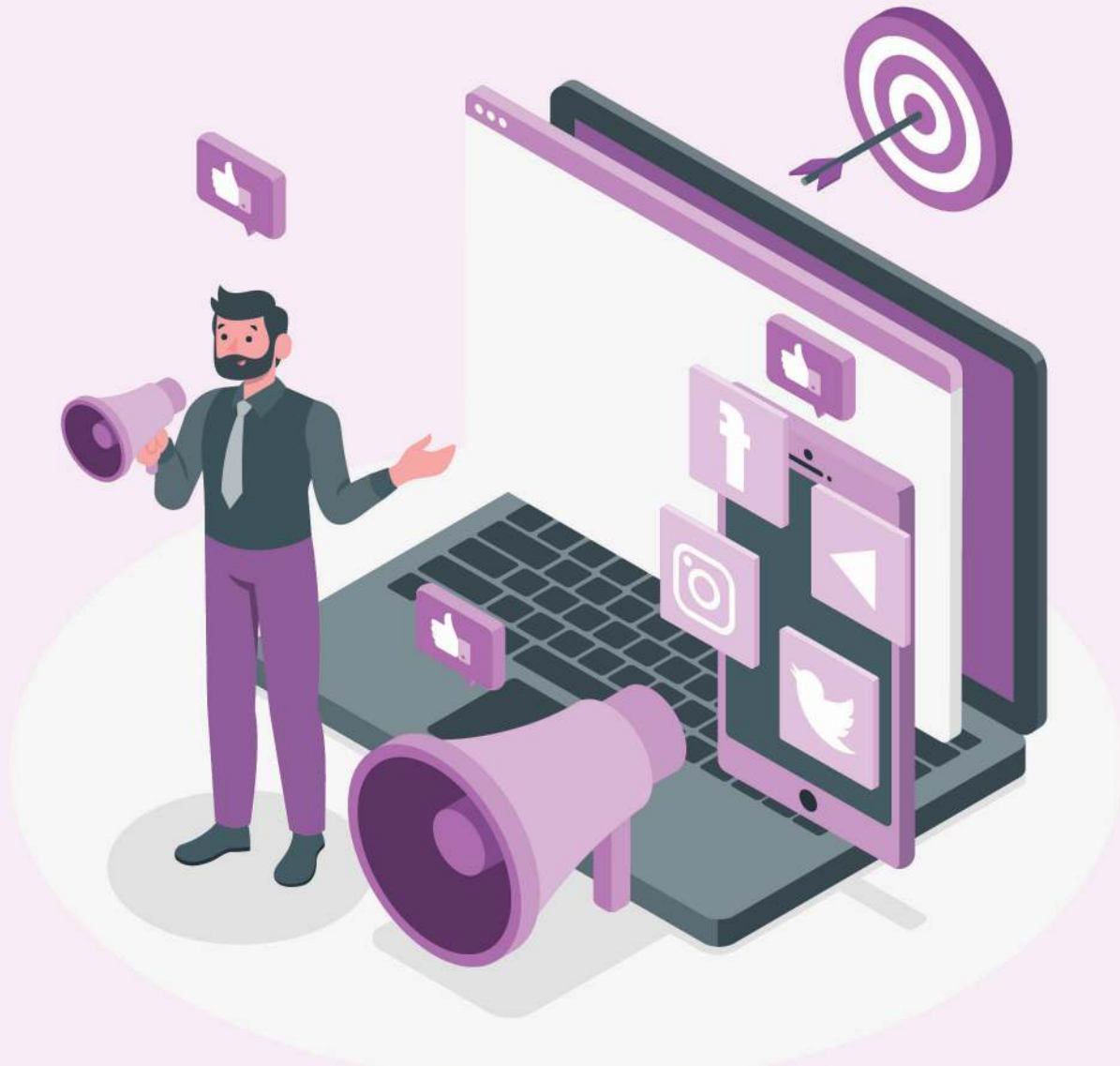
**۲۵** استفاده از مزایای مشاغل خانگی، منوط به اخذ مجوز از وزارت کار و امور اجتماعی یا واحدهای تابعه آن است. شایان ذکر است که شرایط اخذ مجوز مشاغل خانگی توسط ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی که در ماده ۳ این قانون پیش‌بینی شده است، تعیین می‌شود. در صورتی که متقاضی حایز این شرایط باشد، پس از تأیید مراتب از سوی دستگاه اجرایی ذی‌ربط (که بستگی به نوع فعالیت متقاضی دارد؛ به‌عنوان مثال، دستگاه ذی‌ربط برای بسته‌بندی مواد غذایی، سازمان غذا و دارو است)، مجوز مشاغل خانگی از سوی وزارت کار صادر خواهد شد (ماده ۶ دستورالعمل اجرایی قانون مصوب ۱۳۸۹/۸/۲۳)؛ مطابق ماده ۲ دستورالعمل اجرایی قانون، مبادرت به کسب و کار خانگی تحت شرایط زیر ممکن است:

الف- انجام کار صرفاً توسط عضو یا اعضای خانواده در واحد مسکونی؛ ب- تناسب حجم تولید با شرایط و فضای واحد مسکونی؛ پ- عدم ایجاد آلودگی‌های زیست‌محیطی، صوتی و بصری و رعایت کامل حقوق همسایگان؛ ت- عرضه و فروش محصولات (کالا و خدمات) در خارج از واحد مسکونی؛ ج- عدم تردد غیرمتناسب با فضای محل سکونت، به‌ویژه در مجتمع‌های مسکونی؛ د- مجاز بودن و تناسب شغل با محیط مسکونی. گفتنی است، تکمیل فرم ثبت‌نام در سامانه [mashagheikhanehi.mcls.gov.ir](http://mashagheikhanehi.mcls.gov.ir) باید توسط سرپرست خانوار صورت گیرد؛ در غیر این صورت، رضایت کتبی سرپرست خانوار نیز الزامی است.

فرم‌های تکمیلی توسط دستگاه اجرایی مربوطه بررسی شده و در صورت تأیید طرح، مجوز توسط وزارت کار صادر خواهد شد. شایان ذکر است، در هنگام ثبت‌نام، متقاضی باید یکی از سه فرم (مستقل یا تحت پوشش یا پشتیبان) را پر کند.

اگر متقاضی به تنهایی و به‌طور مستقل با اتکا بر توانمندی خویش بخواهد راه‌اندازی کسب و کار خانگی باشد، باید فرم متقاضی مستقل (خوداشتغالی)

## شاخص‌های موفقیت صنایع غذایی در بازاریابی



نگاهی به شاخص‌های کلان عملکرد شرکت‌های صنایع غذایی نشان می‌دهد که از حدود ۴۷۰۰ شرکت فعال در زمینه صنایع غذایی، ۲۳۰۰ شرکت تقریباً غیرفعال و زیر ۵۰ درصد ظرفیت کار می‌کنند؛ ۲۴۰۰ شرکت نیز با ۵۰ درصد ظرفیت به فعالیت مشغول هستند. دلیل این وضعیت علاوه بر صدور مجوزهای بدون توجه اقتصادی و عملکرد سرمایه‌گذاران این شرکت‌ها تحت تاثیر موج ۲۰ سال گذشته که انبوهی از شرکت‌های تولیدکننده کالاهایی مانند ماکارونی، پفک و تنقلات کودکان، رب گوجه‌فرنگی و... را بر جای گذاشت، به عوامل دیگری نیز مرتبط است که هر یک از این عوامل در جای خود قابل بررسی است.

موفقیت شرکت‌های صنایع غذایی علاوه بر افزایش درجه رقابتی آن‌ها و کاهش هزینه‌های تولید، استقرار مدیریت نوین و تولید انبوه و استفاده از صرفه‌های ناشی از مقیاس تولید، به بازاریابی خاصی نیز نیاز دارد که با بازاریابی کالاهای دیگر متفاوت است و علاوه بر تازگی مواد غذایی و بهداشت و سلامت مردم، باید به نظر مصرف‌کننده توجه شود؛ همچنین شرکت‌های صنایع غذایی باید در مصرف‌کننده ایجاد نیاز کنند؛ مثلاً در ایران که نوشیدنی‌ها محدود به چای و دوغ هستند، از ظرفیت‌های موجود کشور استفاده کنند تا تنوع نوشیدنی‌ها را شاهد باشیم. توجه به قدرت خرید مردم، هدایت یارانه‌های دولتی به سمت ترویج غذای سالم، معرفی هزاران غذای مورد مصرف در کشورهای دیگر و سرعت بخشیدن به فرآیند پخت غذا برای خانواده‌ها و کارکنان شرکت‌هایی که از لذت پخت غذا محرومند و... از مواردی است که شرکت‌های صنایع غذایی با توجه به آن‌ها می‌توانند در بازاریابی موفق تر باشند و ظرفیت‌های خالی امروز شرکت‌های صنایع غذایی را به بازارهای جدید و موفقیت در بازاریابی و فروش تبدیل کنند.

### رقبا چه می‌کنند؟

۷۰۰ نوع غذا از سیب‌زمینی، در آمریکا حداقل ۳۰۰ نوع غذا از گوشت و فرآورده‌های گوشتی و در ژاپن و شرق آسیا ۱۰۰۰ غذای متفاوت از ماهی و میگو تهیه می‌شود. در نتیجه مصرف‌کننده ایرانی تمایل به مواد غذایی خارجی نیز پیدا کرده است. در حالی که باکیفیت‌ترین مواد و بهترین طعم و ادویه‌ها در ایران و استان‌های پهناور و همراه با آب‌وهوای متفاوت آن‌ها یافت می‌شود، خانواده‌ها و شرکت‌های صنایع غذایی با فهرست محدودی از غذاها روبه‌رو هستند.

روزگاری نه چندان دور در این دیار ۱۰۰ نوع آش با سبزی‌ها و طعم‌های مختلف، با کشک و دوغ، جو و انواع حبوبات و انواع ادویه پخته می‌شد؛ اما امروزه فهرست غذاها نه تنها در ادارات و شرکت‌ها، بلکه در خانه‌ها و مهمانی‌ها نیز مردم را به کمتر از ۲۰ نوع غذای متداول و همه‌جا پسند محدود کرده است و نوعی بی‌میلی متأثر از خرده‌فرهنگ‌های اشتباه باعث شده عده‌ای به علاقه‌مندان انواع آش و سبزی‌ها خرده بگیرند و بگویند: این چیه می‌خوری؟ با این وجود لازم است بررسی‌ها و نظرسنجی‌ها به‌طور مستمر وجود داشته باشد و استمرار یابد تا کالاهای متنوع و مواد بهتری متناسب با نظر مردم ارایه شود؛ همچنین لازم است کتاب‌های آشپزی داخلی و خارجی و انواع غذاها به مردم معرفی شود و تجربه کشورهای دیگر مورد توجه باشد.

### تاریخ مصرف، کالری و ویتامین‌ها

یکی دیگر از مشکلات مردم، نامتناسب بودن میزان کالری و انواع ویتامین‌ها و مواد معدنی موجود در غذاهاست. از طرفی مردم از کالری، چربی و کلسترول که چاق‌کننده هستند و بیماری‌هایی که ایجاد می‌کنند، نگرانند و از طرفی در پخت غذاهایی مانند قرمه‌سبزی، به‌حدی سبزی و گوشت را می‌پزند که ویتامین‌ها و مواد مغذی دیگر از بین می‌رود و همین امر باعث کمبود مواد معدنی و ویتامین‌ها و آهن بدن می‌شود.

بنابراین باید تنوع غذایی و عرضه صنایع غذایی به گونه‌ای باشد که مصرف‌کننده‌ها به زبان ساده بتوانند از میزان کالری، ویتامین‌ها، آهن و چربی موجود در غذا مطلع شوند؛ حتی غذا در وزن‌های مختلف متناسب با وزن و سن افراد تهیه و بسته‌بندی شود. از این طریق مردم متناسب با وزن، سن و بیماری‌های خود و میزان کالری و انرژی لازم برای فعالیت روزانه‌شان به انتخاب غذا خواهند پرداخت.

شرکت‌های صنایع غذایی باید علاوه بر نظر مردم، به طراحی جدید پخت و بسته‌بندی متناسب با نیاز واقعی مشتری بپردازند و به مصرف‌کننده نیز توصیه کنند که متناسب با نیاز خود از مواد غذایی و نوشیدنی‌هایی استفاده کند که از نظر میزان نمک، ید، آهن و ویتامین‌ها متناسب با وضعیت بدنی و تضمین‌کننده سلامتی مردم باشد. اطلاع‌رسانی وزارت بهداشت و درمان و وزارت رفاه نیز باید در جهت گسترش فرهنگ توجه به تاریخ مصرف و شاخص‌های تغذیه سالم باشد و موسسه استاندارد نیز باید از شرکت‌های صنایع غذایی بخواهد در بسته‌بندی‌ها به درج میزان کالری، تاریخ مصرف، میزان ویتامین‌ها، نمک، پروتئین و مواد معدنی توجه کنند؛ مصرف‌کننده‌ها نیز به این شاخص‌ها در هنگام خرید توجه داشته باشند.

یکی از مشکلات موجود، بی‌توجهی به سلیقه‌ها و عملکرد شرکت‌های رقیب است. شرکت‌های خارجی در حوزه خلیج‌فارس به بسته‌بندی‌ها و طعم و مزه انواع غذاها و نوشیدنی‌ها توجه دارند و حتی موفق شده‌اند در بازار ایران بطری‌ها و قوطی‌های نوشیدنی و انواع کنسروهای مواد غذایی را به قیمت‌های چندبرابر مشابه ایرانی آن‌ها بفروشند. دلیل این وضعیت، معرفی انواع برندهای تجاری شناخته‌شده خارجی در ایران، بسته‌بندی‌های شکیل و موردپسند مصرف‌کننده، تبلیغات موثر در شبکه‌های ماهواره‌ای و تلویزیونی، هدایا و عرضه مجانی این کالاها در بازارهای ایران، دویی و کشورهای حاشیه خلیج‌فارس و... است؛ اما شرکت‌های ایرانی در معرفی یک برند ایرانی مطرح در منطقه کمتر موفق بوده‌اند. کارشناسان صنایع غذایی معتقدند که شرکت‌های ایرانی باید علاوه بر بسته‌بندی و تنوع محصول، در معرفی برند معتبر ایرانی و جانداختن نام‌های تجاری ایرانی همت داشته باشند. در حال حاضر نام‌های مختلفی مانند مهرام، تبرک، پارس، مائده، تک، زر و... در ایران شناخته شده‌اند؛ اما لازم است این شرکت‌های موفق در بازار ایران، در جهت حضور در بازارهای بزرگ عراق، امارات، افغانستان، هند، پاکستان، ترکیه و کشورهای مشترک‌المنافع شمال ایران تلاش مستمر و همکاری‌های همه‌جانبه داشته باشند تا برند ایرانی و محصولات صنایع غذایی ما شناخته شوند و فروش و صادرات مواد غذایی ایرانی افزایش یابد.

### دیپلماسی و فرهنگ

همان‌طور که سیاست خارجی و رایزن‌های اقتصادی و سیاسی کشور و اتاق‌های بازرگانی می‌توانند در بازاریابی مواد غذایی ایران در کشورهای منطقه مفید باشند، شناخت فرهنگ و ذائقه مردم کشورها، سنت‌ها و طعم و سلیقه آن‌ها نیز می‌تواند در شناخت مزیت‌های اقتصادی صنایع غذایی در منطقه و بازارهای صادراتی مفید باشد. در شرایطی که چینی‌ها حتی سنگ‌قبر، مهر و تسبیح و انگشتر و انواع سنگ‌های زینتی را برای بازار ایران تولید می‌کنند که کارهایی متناسب با سنت‌ها و علائق مردم ایران است، ما هم می‌توانیم از مزیت‌های صنایع غذایی و محصولات کشاورزی در نقاط مختلف کشور پهناور ایران، برای پاس‌خکویی به انواع نیازهای غذایی و نوشیدنی‌های کشورهای مقصد بهره ببریم.

### تنوع بخشیدن به مواد غذایی و نوشیدنی‌ها

نکته اساسی این است که با توجه به حجم انبوه شرکت‌های صنایع غذایی در ایران و بالا بودن تقاضای خرید مواد غذایی در کشور با مردم خوش‌سلیقه و با ذائقه‌های گوناگون، هنوز با تنوع محصولات همراه نیستیم و تفاوت طعم و بسته‌بندی‌ها در طیف گسترده مشاهده نمی‌شود؛ به‌عنوان مثال، رب گوجه، ماکارونی و غذاهای آماده مصرف کنسروی عمدتاً مشابه هستند و تنوع زیادی ندارند؛ در نتیجه گروهی از مصرف‌کننده‌ها، به‌خصوص افراد متوسط و پردرآمد که وقت کمتری برای پخت‌وپز خانگی صرف می‌کنند و محصولات آماده می‌خرند، با محدودیت انتخاب و در مواردی با کیفیت پایین‌تر از غذای خانگی روبه‌رو می‌شوند.

نتایج نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد که هنوز غذاهای سنتی و قدیمی در فهرست مصرفی خانواده‌ها قرار دارند و ماکارونی، قرمه‌سبزی، زرشک‌پلو با مرغ، قیمه، طاس کباب، کباب و غذاهای سنتی دیگر مانند آبگوشت، طرفداران و مصرف‌کنندگان بیشتری دارند؛ در حالی که در انگلستان حدود

PDF Compressor Free Version



**KSSH**  
KOSHESHANAT.COM

## کوشش صنعت شیراز

شرکت کوشش صنعت شیراز از سال ۱۳۸۴ فعالیت خود را در زمینه طراحی و تولید ماشین آلات برتر بسته بندی آغاز نموده است. این شرکت توانسته است با تکیه بر دانش نیروهای مجرب و کار آزموده و با استفاده از تجهیزات پیشرفته همگام با دانش و فن آوری روز دنیا در راه طراحی و تولید ماشین آلات بسته بندی در زمینه مواد غذایی، دارویی و شیمیایی پا به عرصه تولید نهاده و افتخار کسب کند.

- دستگاه لیبل زن یک طرفه (پشت چسب دار)
- دستگاه لیبل زن دو طرفه
- دستگاه پرکن خطی
- دستگاه شرینگ پک
- دستگاه (تری بلوک)
- دستگاه منوبلوک

فارس. شیراز. شهرک صنعتی بزرگ. میدان کارگر. بلوار کیمیا. مقابل بریدگی چهارم

+۹۸۹۱۲۰۲۳۳۸۷۴

+۹۸۹۱۷۳۳۷۴۳۵۱

www.kosheshsanat.com

kssh@yahoo.com

PDF Compressor Free Version



# تولیدی عمادی

تولید کننده کیک روغنی با برند شاب شاب

فارس، شیراز، شهرک صنعتی بزرگ، بلوار سازندگی، خیابان تلاش غربی

۰۹۱۷ ۰۶۵ ۰۶۵ ۷      ۰۷۱-۳۷۷۳۳۲۸۵





PDF Compressor Free Version



بیمه، تأمین آرامش امروز  
تضمین آسایش فردا

کد ۹۰۱۴



مشاوره و صدور انواع بیمه نامه مسوولیت، آتش سوزی، اتومبیل، باربری و ... با حداکثر تخفیفات

- رایحه طرح اتوپلاس در بیمه بدنه به صورت رایگان
- (سوخت رسانی رایگان، امداد رایگان، تعویض تسمه هیدرولیک رایگان)
- رایحه طرح ستایش (صدور بیمه ی قسطی اتومبیل)

فارس، شیراز، میدان گلستان، بلوار هفت تنان، مقابل بانک سینا، مجتمع مهرناز، طبقه دوم

۰۹۱۷۰۰۰۶۰۸۲ • ۰۷۱-۳۷۳۱۵۵۱۰ @SSMJSS@YAHOO.COM

WWW.ATYEHSAZAN.COM • NASIM.ATYEH.SAZAN.KIMIA

PDF Compressor Free Version

# بهانفر

● محصوله از شرکت گلنوش مرودشت ●



فارس . کیلومتر ۷ جاده قدیم شیراز - اصفهان . بعد از روستای منصورآباد

۰۹۱۷۳۲۸۱۸۳۳



به زودی  
دنیای جدید!

# قهوه پروشاتات بیدار تنو...

شیراز، بلوار مدرس، خیابان  
شهید آرامی، پلاک ۳۰ / تلفن:  
۰۷۱ - ۳۷۲۶۱۳۲۱

شرکت

PDF Compressor Free Version

آرد نیلوفر فارس



نارشا  
Narsa



### تولید کننده انواع

برنج ایرانی، آرد برنج، آرد جو  
گندم پوست کنده، بلغور گندم  
جو پوست کنده، بلغور جو، بسته بندی  
انواع آرد و حبوبات و برنج قهوه ای با  
دستگاه های مدرن و تمام اتوماتیک  
بولر سوئیس و آلمان



فارس . شیراز . بلوار هجرت . نبش بانک ملت . طبقه اول



۰۷۱-۳۲۲۸۷۸۴۰



۷۱۴۳۹۶۶۵۷۴



۰۹۱۷ ۱۱۱ ۲۸۲۷



۰۷۱-۳۲۲۸۹۲۵۶



fars.niloofar@yahoo.com



Ordibehesht Iranian  
Brokerage Co

## شرکت کارگزاری و مرکز آموزش بورس اردیبهشت ایرانیان

این شرکت مفتخر خواهد شد خدمات مورد نظر در این زمینه ها را به متقاضیان ارائه نموده و موجبات رضایت و اشتیاق ایشان را فراهم آورد.

### کارگزار رسمی بورس اوراق بهادار و کالا

- شرکت کارگزاری اردیبهشت ایرانیان دارای 16 شعبه مختلف در شهرهای بزرگ از جمله شهر شیراز یکی از خوش نام ترین کارگزاران کشور و دارای رتبه (الف) در حوزه بورس اوراق بهادار
- دارای مجوزهای لازم در حوزه های: صدور کد معاملاتی برای اشخاص حقیقی و حقوقی، معاملات بورس اوراق بهادار و فرابورس، معاملات بورس کالا (محصولات فلزی و صنعتی، معدنی، نفت و پتروشیمی، محصولات کشاورزی)، معاملات داخلی و صادراتی بورس انرژی، معاملات آتی و سپرده کالایی و انواع سلف، معاملات آتی آنلاین اینترنتی، سبدگردانی سهام، معاملات انواع اوراق مشارکت و اسناد خزانه اسلامی، مشاوره و پذیرش، مشاوره عرضه و آموزش انواع حوزه های بازار سرمایه
- اعطای تسهیلات اعتباری عمومی و اختصاصی با شرایط انعطاف پذیر
- دارای مجوز اهراز هویت و تایید مشتریان از طریق سامانه سجام

### سامانه بروز و سریع برای انجام معاملات آنلاین مختص کارگزاری اردیبهشت ایرانیان

۲ نرم افزار معاملاتی همراه تریدر برای اندروید

۱ سامانه معاملاتی آنلاین پلاس

- برای اولین بار در کشور امکان معامله همزمان چندین سهم، معاملات شرطی، معاملات الگوریتمی و بازارگردانی الگوریتمی خودکار و دسترسی به فضای نموداری تحلیلی، پشتیبانی از ارائه خدمات ارزش افزوده توسط شرکت های ثالث در بسترنرم افزار
- اولین ارائه کننده معاملات آنلاین آپشن
- اولین و تنها ارائه کننده معاملات آنلاین آتی سبد سهام و بسیاری قابلیت های دیگر برای کاربران و سهامداران دارای رباط و گروه تلگرامی، ارائه خدمات و اطلاع رسانی خبری و تحلیلی

آموزش جامع و کامل بورس و روشهای معامله گری و کسب سود در بازارهای جهانی و داخلی به روش کاملاً نوین پیرایس اکشن با قیمت مناسب

فارس . شیراز . خیابان ملاصدرا . نبش معدل غربی

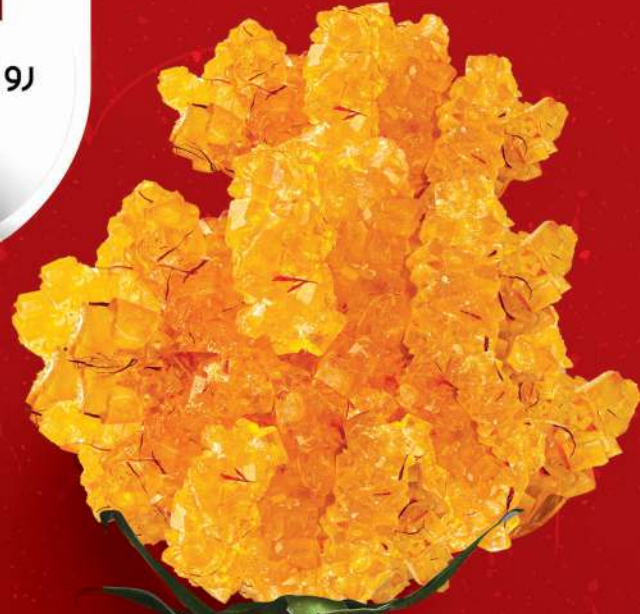
مقابل فروشگاه شهر کتاب . ساختمان ۱۶۹ . طبقه ۵ . واحد ۱۰

دفتر شیراز: ۵۷ ۸۹ ۳۱ ۳۲ - ۰۷۱ مدیریت: ۶۲ ۹۰ ۳۱ ۳۲ - ۰۷۱ ثبت نام: ۰۱ ۸۱ ۳۱ ۳۲ - ۰۷۱

 oi444broker888

 www.oibourse.com

PDF Compressor Free Version



# رواکام RAVAKAM



فارس . شیراز . شهرک صنعتی بزرگ . میدان  
پژوهش . بلوار پژوهش شمالی . خیابان ۲۵۶

۰۹۱۷ ۳۱۵ ۸۵۶۶



## تولید انواع نبات :

- نبات شاخه سفید و زعفرانه
- نبات شاخه مخصوص
- نبات سفید و زعفرانه
- نبات زعفرانه مخصوص
- نبات با طعم زنجبیل، دارچین، نعنا، لیمو عمانه و گل سرخ
- نبات زعفرانه مایع
- انواع قند با طعم زعفران، زنجبیل و دارچین
- نبات بسته بندی به صورت عمده و خرده و به صورت تک عددی

دارای تاییدیه سب سلامت



## چگونه صنایع غذایی با کمک بازاریابی محتوا، مشتری جذب می‌کنند؟

### (بخش دوم)

ذره بین بگیرید.

#### ۵۲ بررسی فرصت‌های محتوایی

بی‌تردید مخاطبان شما هر روز کلمات کلیدی بسیار زیادی را در زمینه صنایع غذایی در گوگل جست‌وجو می‌کنند؛ سایت‌های داخلی و خارجی فراوانی نیز در حال تولید محتوا پیرامون این کلیدواژه‌ها هستند و مخاطبان شما را جذب می‌کنند. برای موفقیت در بازاریابی محتوایی، باید این کلمات کلیدی، موضوع‌های مهم، منابعی که در حال تولید محتوا هستند و البته موضوع‌های مهمی را که کسی درباره آن‌ها محتوا تولید نکرده است، بررسی و استخراج کنید.

#### ۵۳ شناسایی روش‌ها و ابزارهای بازاریابی محتوایی

تکنیک‌ها و استراتژی‌های بازاریابی محتوایی هر روز در حال تغییر و تحول است. روش‌های اثربخش و کارآمدی وجود دارد که شما از آن‌ها بی‌خبر هستید. همیشه در حال مطالعه باشید و این روش‌ها و ابزارها را برای موفقیت در بازاریابی محتوایی در زمینه صنایع غذایی به کار بگیرید.

#### ۵۴ ایده‌پردازی، برنامه‌ریزی و تولید محتوا

اگر مراحل قبلی را به خوبی انجام داده باشید، با بررسی رقبا، مخاطبان، منابع محتوایی و البته با تمرین تکنیک‌های خلاقیت، ایده‌های خلاقانه زیادی برای تولید محتوا درباره صنایع غذایی خواهید یافت. این ایده‌ها را سازماندهی کرده، برای تولید محتوا برنامه‌ریزی و کار خود را شروع کنید.

#### ۵۵ ارزیابی عملکرد بازاریابی محتوایی

هر چقدر هم که تمام کارهایتان را با دقت و به درستی انجام داده باشید، حتماً با بازبینی و ارزیابی عملکرد خود می‌توانید ایده‌های خوبی برای بهینه‌سازی محتواها پیدا کنید. همیشه بررسی کنید که آیا فعالیت‌ها دقیقاً طبق برنامه پیش می‌روند یا مشکلاتی وجود دارد؟ مشکلات را شناسایی کرده، برای آن‌ها راه حل پیدا کرده و ایده‌های بهتر را جایگزین کنید.

بازاریابی محتوایی، فرآیندی هدفمند و مستمر است که با مطالعه عمیق، برنامه‌ریزی دقیق و اجرای حرفه‌ای، به موفقیت می‌رسد. اگر بدون مطالعه و برنامه‌ریزی، صرفاً به تولید محتواهای بی‌هدف پردازید، نمی‌توانید انتظار موفقیت داشته باشید. برای «تولید محتوا درباره صنایع غذایی» و بازاریابی محتوایی برای کسب و کارهایی که به «صنایع غذایی» ارتباط دارند، باید موارد زیر را در نظر بگیرید:

- **بازارشناسی:** شناسایی و بررسی صنایع و کسب و کارهای مرتبط با صنایع غذایی.
- **محصول شناسی:** شناسایی خدمات و محصولات متنوعی که مرتبط با صنایع غذایی در بازار عرضه می‌شود.
- **رقیب شناسی:** شناسایی رقبا و وبسایت‌های خارجی و داخلی موفق و بررسی ایده‌ها و عملکردهای آنان.
- **مخاطب شناسی:** شناسایی مخاطبان محتواهای مربوط به صنایع غذایی و طراحی پرسونای مخاطبان.
- **موضوع شناسی:** شناسایی کلمات کلیدی و موضوعاتی که مردم در ارتباط با صنایع غذایی جست‌وجو می‌کنند.
- **منبع شناسی:** شناسایی منابع محتوایی در زمینه صنایع غذایی برای مطالعه نویسندگان.
- **فرصت شناسی:** شناسایی شکاف‌های محتوایی (Content Gap) و بهره‌گیری از این فرصت‌ها.
- **روش شناسی:** مطالعه، مشاوره و شناسایی جدیدترین و موثرترین روش‌های بازاریابی محتوایی.
- **ابزار شناسی:** شناسایی ابزارهای کاربردی برای تولید، انتشار و بهینه‌سازی محتوا.
- **ایده‌پردازی:** یافتن ایده‌های خلاقانه و هدفمند برای تولید محتوا در زمینه صنایع غذایی.
- **برنامه‌ریزی و اجرا:** اولویت‌بندی، بودجه‌بندی و زمان‌بندی هدفمند برای تولید و انتشار محتوا.
- **ارزیابی عملکرد:** بررسی روند اجرای برنامه‌ها و میزان اثربخشی محتواهای منتشر شده برای رسیدن به اهداف.
- **رعایت نکات فوق در تولید محتوا و بازاریابی محتوا برای موضوع‌های مربوط به صنایع غذایی را می‌توان در چهار مرحله زیر دسته‌بندی کرد:**

#### ■ مراحل بازاریابی محتوایی برای صنایع غذایی

#### ۱۰ تجزیه و تحلیل بازار محتوای صنایع غذایی

بازار موردنظر، شامل همه صنایع، کسب و کارها، خدمات، محصولات، رقبا، مخاطبان و مشتریانی است که به نحوی به یکی از حوزه‌های موضوعی صنایع غذایی مرتبط هستند. پیش از شروع فعالیت‌های بازاریابی محتوایی، باید رقبا و کسب و کارهایی را که در زمینه صنایع غذایی فعالیت می‌کنند، شناسایی و تجزیه و تحلیل کنید، خدمات و محصولات آن‌ها را مورد بررسی قرار دهید و ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری مخاطبان و مشتریان را نیز زیر



## نکات ضروری برای بسته‌بندی در دوران کرونا



شیوع ویروس کرونا، روال‌های همیشگی موجود در صنعت بسته‌بندی را دچار دگرگونی کرده و تاثیرات بلندمدت و کوتاه‌مدت بر طراحی بسته‌بندی‌ها گذاشته است. همان‌طور که در سراسر جهان بهداشت عمومی مدیریت می‌شود، انتظار داریم این تغییر، بر روند بسته‌بندی‌های فعلی نیز تاثیر بگذارد.

### ■ در بسته‌بندی در دوران کرونا باید موارد زیر را در نظر داشت:

- **تغییر اولویت‌های مصرف‌کنندگان**  
در حالت عادی مردم به قیمت روی بسته‌بندی اهمیت زیادی می‌دهند؛ اما در پی تغییرات صورت گرفته طی شیوع ویروس کرونا، شاهد اولویت دادن بهداشت نسبت به قیمت هستیم.
- **تمایل به خرید حجمی**  
در دوران کرونا افراد تمایل دارند کمتر به خرید بپردازند و برای محصولات که تاریخ انقضای طولانی دارند، به صورت حجمی و زیاد خرید کنند. یک دلیل دیگر خرید حجمی شیرینگ دور محصولات است که ضد عفونی و استفاده آن‌ها را راحت‌تر می‌کند.
- **بسته‌بندی پایدار**  
یکی از موارد مهم در بسته‌بندی در دوران کرونا، پایداری بسته‌بندی‌هاست. فرصت‌های طراحی زیادی برای بهبود بسته‌بندی پایدار وجود دارد؛ در مرحله اول، حذف بسته‌بندی غیر ضروری و افزایش استفاده از محتوای بازیافتی در مواد بسته‌بندی به برقراری

### ● تجارت الکترونیکی

با شیوع ویروس کووید ۱۹، تعامل مردم با دنیای دیجیتال و خرید آنلاین افزایش یافته و سفارش از خانه، روند رو به رشدی داشته است؛ به ویژه در بسته‌بندی مواد غذایی. بسته‌بندی در دوران کرونا اهمیت زیادی دارد؛ چرا که تعداد کالاهایی که به صورت آنلاین فروخته می‌شود، افزایش می‌یابد؛ بنابراین بسیاری از طرح‌های بسته‌بندی نیاز به یک به‌روزرسانی اساسی دارند؛ به خصوص اگر در ابتدا برای خرده‌فروشی سنتی طراحی شده باشند.

طراحی بسته‌بندی محصول می‌تواند آن‌ها را از بسیاری جهات، برای تجارت الکترونیکی بهینه کند؛ مانند جلوگیری از آسیب دیدن محصول، افزایش بهره‌وری و بهبود تجربه مصرف‌کننده.

در باره رستوران‌ها، کافی‌شاپ‌ها و فست‌فودها مشاهده می‌شود میزان سفارش بیرون‌بر به صورت چشمگیری افزایش داشته است؛ چون مردم تمایل دارند غذا را در منزل گرم کرده و از تماس با دیگران جلوگیری کنند. به همین منظور باید پاکت بیرون‌بر و جعبه‌های متناسب تهیه شود.



#### ● شروع طراحی بسته بندی جدید

خط تولیدهای طراحی و بسته بندی در پاسخ به نیازهای جدید برای بسته بندی در دوران کرونا و پس از آن تغییراتی پدید می آورند. کارخانه هایی که نمی خواهند تغییر کنند، از همتایان خود عقب می مانند. این کارخانه ها باید سفر خود را با هشت گام آغاز کنند تا نیازهای مصرف کننده با بسته بندی محصولات هم راستا شود:

- هنگام معرفی بسته بندی جدید، در نظر بگیرید که این بسته بندی باید ذهنیت ایمنی را به مصرف کننده القا کند؛
- بسته بندی باید برای تجارت الکترونیکی آماده باشد؛
- از بسته بندی چندلایه استفاده کنید تا مشتری با خیال راحت لایه رویی را دور انداخته و از محصول استفاده کند. برای کمک به محیط زیست بهتر است لایه رویی از مقواهای تجدیدپذیر باشد؛
- جعبه های محصول را به نحوی طراحی کنید که به آسانی باز شوند. یک مورد مناسب برای این کار استفاده از پرفراژ است؛
- اگر بسته بندی شما با توجه به کووید ۱۹ طراحی شده است این مورد را روی بسته ذکر کنید؛ چون باعث جلب توجه و افزایش فروش می شود؛
- استفاده از شیرینک احتمال ورود ویروس به داخل بعضی بسته ها در زمان انتقال را کاهش می دهد؛
- از قابلیت بسته بندی پایدار استفاده کنید؛
- از این دیدگاه به موضوع نگاه کنید که یک ترند بزرگ چه تاثیری بر مصرف کننده نهایی دارد.

منبع: تاپ پک

ارتباط خوب در بسته بندی پایدار کمک می کند. در مرحله دوم، خلاقیت در طراحی بسته بندی می تواند با در نظر گرفتن چرخه اقتصاد و تاثیر مستقیم زیست محیطی تولید مواد بسته بندی، پیشرفت های گسترده تری را نسبت به مرحله اول ایجاد کند.

#### ● طراحی با رعایت بهداشت

بسته بندی در دوران کرونا بسیار اهمیت دارد؛ چرا که آگاهی مصرف کننده از بهداشت و نگرانی های ایمنی، به طرز چشمگیری افزایش یافته است و احتمالاً مدت ها پس از کرونا نیز ادامه دارد. یکی از نظرسنجی های اخیر نشان داد که بیش از دوسوم مصرف کنندگان ایالات متحده نگران انتقال کرونا از بسته بندی سالم مواد غذایی هستند و بیش از ۴۰ درصد مواد ضد عفونی کننده خانگی را برای تمیز کردن محصولات خریداری شده استفاده می کنند. مساله نگرانی، تاثیر طولانی مدتی بر طراحی و عملکرد بسته بندی خواهد داشت. نگرانی درباره بسته بندی بهداشتی؛ به خصوص درباره محصولاتی که تماس مستقیم با بسته بندی دارند، مانند غذاها و نوشیدنی ها و محصولات بهداشتی و شخصی بیشتر است؛ بنابراین برای بسته بندی در دوران کرونا باید به موارد زیر دقت شود:

- اطمینان حاصل کنید که ویروس روی سطح بسته بندی دوام نمی آورد؛
- مکانیزم های جدید برای تحویل بسته بندی ایجاد کنید؛
- از بسته بندی سالم و ضد دستکاری، اطمینان حاصل کنید و آن را به مصرف کنندگان اطلاع دهید.



PDF Compressor Free Version



## چالش‌های بسته‌بندی برای مقابله با خطرات حمل در حین توزیع

محصولات شما و تمام بسته‌بندی‌های آن‌ها با شرایط سخت و غیرقابل جبران عملیات حمل و توزیع روبه‌رو هستند؛ حتی هنگامی که درون جعبه‌هایشان روی پالت در انبار مشغول استراحت هستند، در معرض آسیب قرار دارند. شما احتمالاً از طراحی محصول و بسته‌بندی برای شرایط ویژه حمل یا کاهش آسیب به محصول آگاهی دارید؛ زیرا تنها این روش‌های هوشمند است که می‌تواند از آسیب‌های جدی به محصولاتتان در فرآیند حمل جلوگیری کند؛ اما این خطرات توزیع برای بسته‌بندی و محصول شما دقیقاً چیست؟ آن چیزهایی که شما باید در سفر کالا از مبدأ تا مقصد از آن‌ها مطلع و برای رویارویی با آن‌ها آماده باشید، کدامند؟ هفت خطر اصلی، بسته‌بندی شما را تهدید می‌کند؛ اما برای شناسایی این خطرات باید به این نکته توجه کنید که چگونه محصول و بسته‌بندی آن در چرخه تامین و توزیع، دچار فروپاشی و نزول می‌شود.

### ۰۱ حمل خشن

حمل و نقل خشن هم شامل حمل مکانیکی (بالابر، لیفتراک گیره‌دار، آسانسور پالت و...) و هم حمل دستی کالاهای کوچک و متوسط می‌شود.

### ۰۲ صدمات و حوادث ناشی از انبارداری

دما که توجه چندانی به حدود تنظیمی درجه حرارت در طول مسیر ندارند نیز باعث آسیب به کالا می‌شوند. نکته مهم برای طراحی بسته‌بندی‌ای که بتواند خطرات چرخه توزیع را از سر بگذراند این است که ابتدا تا انتهای مسیر (تولیدکننده تا مشتری) رصد شده و شرایط دقیق آن سنجیده شود تا بسته و حامل‌های آن از هر جهت هماهنگ و آماده شود. این گونه است که در وقت و هزینه صرفه‌جویی خواهد شد.

منبع: هنر بسته‌بندی



حوادثی که طی گذاشتن و نگهداری کالا در انبار پیش می‌آید، شامل فروپاشی یا آسیب کالاهای روهم چیده شده ناشی از ارتفاع زیاد کالاهای چیدمان ناپایدار یا انسداد زوایا و راهروهایی است که مانور جرثقیل‌ها را با مشکل مواجه می‌کند.

### ۵۳ چیدمان درون وسیله حمل‌کننده

چیدمان درون وسیله حامل (تریلر کامیون) اغلب به معنای جعبه‌هایی است که تا ارتفاع حدود ۲/۷ متر روی هم با صدها پوند فشار عمودی بر هر سانتی متر مربع و حتی در ماشین‌های کوچک چیده شده‌اند. خیلی سخت نیست تصور کنید هنگامی که راننده ترمز می‌کند یا مدام در ترافیک حرکت می‌کند و می‌ایستد یا هنگامی که پیچ‌های تند می‌زند، چه فشاری به بسته‌ها وارد می‌شود.

### ۵۴ تکان‌های ماشین حامل

لرزش‌های کامیون به بسته‌بندی‌ها منتقل می‌شوند و کالاهای حساس به لرزش در حین حمل (به‌ویژه به وسیله کامیون) می‌توانند چیزی را که به آن «آسیب‌پژواکی» می‌گویند، ایجاد کنند. بدون توجه به پروتکل ASTM D4169 برای جلوگیری از این مشکل، حتی کالاهایی که با دقت بسته‌بندی شده‌اند مانند تیوب‌های کندانسور کولر، می‌توانند دچار لرزش شوند و بشکنند.

### ۵۵ تکان‌های ناشی از لقی

تکان‌های ناشی از لقی به معنای محتویاتی از میوه تازه تا بسته‌بندی‌های نامناسب برای محصولات شیشه‌ای، محتویات فلزی، بسته‌های پلاستیکی و درب‌هاست که همگی در معرض آسیب‌های در حین حمل قرار می‌گیرند.

### ۵۶ جابه‌جایی وسیله حامل

آسیب‌های ناشی از جابه‌جایی بارها از یک وسیله به وسیله دیگر، باعث از بین رفتن کالا می‌شود. این آسیب‌ها می‌تواند به وسیله لیفتراک‌ها، جرثقیل، کانتینر، جرثقیل قلاب‌دار، لیفتراک‌های جانبی و... باشد که مثلاً در حال جابه‌جایی کالا از کامیونی به کامیون دیگر یا از واگن قطار به درون کامیون هستند.

### ۵۷ شرایط محیطی حرارت و رطوبت

شرایط محیطی حرارت و رطوبت، هم بسته‌بندی‌های مناسب و هم نامناسب کالاها و مواد اولیه آن‌ها را در یک چرخه طبیعی تامین و توزیع تحت تاثیر قرار می‌دهد؛ مانند زنجیره سرد. همین‌طور کامیون‌های دارای قابلیت کنترل

## نقش بسته‌بندی در سلامت و بهداشت مواد غذایی



در تک تک مراحل زنجیره تولید و توزیع مواد غذایی، سلامت و بهداشت مواد غذایی با دقت بسیار زیادی بررسی و موشکافی می‌شود. بسته‌بندی مواد غذایی یکی از مهم‌ترین عناصری است که در تامین بهداشت و سلامت مواد غذایی نقش بسزایی دارد؛ زیرا لایه‌ای محافظ است که محصولات غذایی را در حین جابه‌جایی، حمل و نقل و انبار کردن از آسیب‌های فیزیکی و بیولوژیکی مصون نگه می‌دارد. اگر بسته‌بندی آن گونه که باید و شاید مواد غذایی را از گزند عوامل محیطی حفظ نکند، بی‌تردید اتفاق‌های ناگوار بسیاری رخ خواهد داد و فاجعه به بار می‌آید. نقش‌های کلیدی بسته‌بندی در حفظ سلامت و بهداشت مواد غذایی چیست؟ در ادامه خطرات ناشی از نامناسب بودن بسته‌بندی مواد غذایی را برایتان برمی‌شماریم تا با انتخاب و تولید یک بسته‌بندی درجه یک بتوانید موفق‌تر عمل کنید.

حمل و نقل حفظ کنند.

#### ■ جعل و دستکاری

همان گونه که باید اقدامات لازم برای جلوگیری از خطاهای سهوی و غیر عمدی انسانی صورت پذیرد، بسته بندی باید طوری طراحی شود که راه را بر دستکاری افراد سودجو و اقدامات تعمدی اشخاص نیز ببندد. امنیت بسته بندی مواد غذایی در مقایسه با سایر محصولات و کالاها اهمیت بیشتری دارد. بسته بندی باید مشخصه هایی داشته باشد که هر نوع دستکاری یا جعل را آشکار کند. اگر خدشه ای به بسته بندی وارد شود، به این سادگی نمی توان خدشه وارد شده به بسته بندی دارای مشخصه های امنیتی را جبران کرد؛ به عنوان مثال، دستکاری یا باز شدن در پوش، تغییر کردن ویژگی های چاپی و غشاهای مخصوص یا هر نوع خدشه ای که در نتیجه جعل یا دستکاری به تصاویر گرافیکی وارد شده باشد. اگر محصولات غذایی به شکل شایسته ای بسته بندی شده باشند، بلافاصله پس از دستکاری شدن بسته بندی می توانید از این موضوع مطلع شوید و بفهمید چه کسی قصد داشته چنین کاری را انجام دهد.

تردیدی نیست که بهداشت و سلامت مواد غذایی و در نتیجه امنیت و سلامتی مصرف کنندگان در درجه اول اولویت قرار دارد. اما تصویری که از برند شما در ذهن مشتریان حک می شود، ارزش و اهمیت بسیاری دارد و باید با تمام قوا از آن محافظت کنید. حتی اگر ریسک آلودگی یا دستکاری را به حداقل برسانید، باید پارافراتر نهاده و به مشتریان نشان دهید که چقدر برای سلامت و بهداشت آن ها ارزش قایلید و حفظ سلامت و ایمنی آن ها را به شکلی کاملاً جدی در دستور کار خود قرار داده اید. هنگام تصویرسازی برند باید به جزئیات توجه ویژه ای داشته باشید. بسته بندی نخستین چیزی است که مصرف کننده متوجه آن می شود و یکی از مهم ترین دغدغه های تولید کنندگان مواد غذایی فراوری شده و سایر شرکت های مرتبط با این صنعت به شمار می رود؛ پس بهتر است به دنبال رویکردی مناسب برای خود و مصرف کنندگانتان باشید.



#### ■ تازگی

در دنیای زندگی می کنیم که مواد غذایی در کشورهایی خاص پرورش داده می شوند و برای پیمودن مراحل فراوری گهگاهی به کشورهای دیگر ارسال می شوند؛ سپس محصول نهایی به بازارهای جهان فرستاده می شود. تنها عاملی که این امر را میسر کرده، تکنولوژی های بسیار پیشرفته و حیرت انگیز بسته بندی مواد غذایی است. اگر شرایط محیطی مناسب باشد، مواد غذایی برای مدت زمان بیشتری تازگی و طراوت خود را حفظ می کنند. اگر مواد غذایی به درستی بسته بندی شوند، مصرف کننده ای که در انتهای زنجیره غذایی قرار گرفته، حس می کند فراورده های غذایی، میوه و سبزیجاتی که مصرف می کند کاملاً تازه است.

#### ■ آلودگی

ظاهر و بافت تازه و باطراوت مواد غذایی یک مساله است و آلوده نبودن آن ها مساله ای دیگر. حتی اگر مواد غذایی پرورش یافته برای فراوری شدن مسافت بسیار اندکی را پیمایند، باز هم احتمال آلوده شدن آن ها در مدت زمان کوتاه وجود دارد. حال اگر قرار باشد مواد غذایی به نقاط دور دست ارسال شده یا برای مدت زمانی طولانی انبار شوند، بیشتر در معرض خطر آلودگی خواهند بود. برای همین است که بسته بندی درست و مناسب مواد غذایی اهمیتی حیاتی و ضروری دارد. یک بسته بندی که به بهترین شکل از تماس با عوامل محیطی و آلوده کننده حفظ شده باشد، تفاوت

میان یک مشتری راضی و سالم و یک مشتری بیمار را رقم می زند. آلودگی می تواند مشکلات جدی و مرگبار به همراه آورد و برند شما را به قهقرا بکشاند.

#### ■ آسیب های فیزیکی

حتی اگر مواد غذایی به بهترین شکل بسته بندی شده باشند و راه بر نفوذ آلودگی های محیطی بسته باشد، این امکان وجود دارد که در حین ارسال، انبار کردن یا یک جابجایی ساده ضربه ها و فشارهای فیزیکی و امثال آن سلامت مواد غذایی را تهدید کنند. محکم و مقاوم بودن بسته بندی، عنصر حیاتی و مهم در حفاظت از محصولات غذایی در برابر آسیب های فیزیکی است. برای همین منظور از جعبه ها، صندوقچه های چوبی یا پوشش های پلاستیکی بسیار قوی استفاده می شود. انواع متفاوت ضربه گیرها هم می توانند مواد غذایی را از ضربه ها و فشارهای ناشی از



## شش نکته در طراحی بسته بندی محصولات ویژه کودکان

زمانی که بسته جلویشان است اسنک یا غذای خورند و در نهایت پکیج را هم می خوانند؛ حتی پس از فروش هم فعالیت بسته ادامه می یابد. اگر این یک تجربه عالی همه جانبه باشد، محصول احتمالاً یک فروش دوباره خواهد دید. فعالیت ها، جوک ها، داستان ها و بازی ها یک راه عالی برای درگیر نگه داشتن بچه و یک ارزش افزوده برای محصول است. بازی های مختلف در بسته بندی های متنوع در یک گروه، فروش مکمل (cross-selling) را سبب می شود. اگر فضای روی پکیج ندارد، داشتن یک لینک را برای فعالیت آنلاین در وبسایت خود یا یک برنامه بازی سرگرم کننده را که خودتان ایجاد کرده اید، در نظر داشته باشید.

منبع: هنر بسته بندی

**۵۵** با سایر رسانه ها همفکری کنید  
به منظور تعیین اینکه چه سبک های طراحی بیشتر با مخاطبان حرف می زند، رجوع به سایر رسانه هایی که کودکان آن سن با آن در ارتباط هستند - نمایش های تلویزیونی محبوب، سری کتاب ها، بازی ها و اسباب بازی ها - می تواند کمک کننده باشد. دانستن آنچه در میان محدودده سنی محبوب است، می تواند مفید باشد تا اطمینان حاصل کنید که محصول شما متناسب یا تکمیل کننده آن مجموعه است.

**۵۶** بازی ها یا فعالیت های سرگرم کننده داشته باشید  
اگر جایی روی بسته دارید، چیزهای سرگرم کننده ای برای انجام دادن به دست بچه ها داشته باشید. بیشتر اوقات بچه ها

خوراکی های پاکیزه و غذاهای اسنک مناسب بچه ها، بیشتر و بیشتر بازار را غرق می کند، این عالی است. بسیاری از والدین از داشتن این نوع غذاهای آماده در دسترس استقبال می کنند و البته بچه ها هم همین طور.

درباره استراتژی های بسته بندی برای مصرف کنندگان بالغ زیاد نوشته شده است؛ اما درباره بچه ها چطور؟ بسته بندی برای محصولات غذایی کودکان، باید سرگرم کننده و هیجان انگیز باشد؛ اما این کمی مشکل است؛ زیرا شما باید روی خط ظریف جذب هم زمان بچه و والدین یا مراقبان کودک، قدم بردارید. اگر هر یک از طرفین علاقه مند نباشد، احتمالاً این محصول خریداری نخواهد شد. پس چطور این کار را انجام می دهید؟ در ادامه شش توصیه مفید را به می گرد:

**۵۱** آن را از نقطه نظر دیداری کودک جذاب کنید

تصاویر باید بچه ها را مخاطب قرار دهند؛ زیرا این چیزی است که بیشترین جذابیت را برایشان خواهد داشت؛ با این حال، طراحی باید با خصوصیات محصول هماهنگ باشد. اگر این یک محصول طبیعی و سلامتی آور باشد، پس رنگ های نئون و گرافیک مسخره ممکن است راهی مناسب برای این کار نباشد؛ زیرا آن ها معمولاً غذاهای تجاری تری را که مواد پاکیزه ای ندارند، نشان می دهند. طراحی هر چه هست، باید تازه و مهیج باشد.

**۵۲** با والدین / مراقبان کودک حرف بزنید

تصاویری که برای بچه ها جذاب هستند، باید با بزرگسالان حرف بزنند. درباره آن فکر کنید: احتمال دارد کودک بسته را پیش والد خود بیاورد و بخواهد که آن را خریداری کند. بزرگسال پس از آن احتمالاً بسته را بررسی و بازبینی خواهد کرد؛ برای اینکه ببیند چه چیزی هست و چه چیزی داخل آن وجود دارد. والد یا مراقب معمولاً حرف آخر را می گوید که آیا محصول خریداری می شود یا نه.

**۵۳** محدوده سنی را در طراحی در نظر بگیرید

بلوغ و سلاقی به سرعت از نوپا به کودک، نوجوان و جوان تغییر می کند. اگر طراحی برای مخاطبان ناکافی باشد، هدف در مقیاس بزرگی از دست خواهد رفت. اگر شما چندین دامنه سنی را هدف قرار می دهید، احتمالاً بیشتر از یک محصول برای کودک، کالایی خانوادگی خواهد بود؛ با تاکید بیشتر بر بخش والدین. با این وجود، اطمینان حاصل کنید که طراحی هنوز برای محدوده سنی جداگانه جذاب است.

**۵۴** بدانید که چه زمانی از کاراکترهای مصور استفاده کنید

کاراکترها، مخصوصاً برای سنین جوان تر، به منظور ایجاد هیجان و علاقه برای همان بخش مناسب هستند. برای سنین بالاتر، کاراکترها می توانند بیش از حد نابالغ به نظر بیایند؛ در این صورت طراحی باید سرگرمی، گرافیک رنگارنگ و تصاویر را ترکیب کند تا آن محدوده سنی را مخاطب قرار دهد.





## اصول تغذیه در کودکان پیش دبستانی و دبستانی

سنین پیش دبستانی و دبستان، مرحله‌ای از زندگی است که به لحاظ فیزیولوژیک، با کندتر شدن سرعت رشد کودکان توصیف می‌شود؛ به گونه‌ای که تا زمان آغاز دوران بلوغ به طور متوسط در هر سال، حدود سه تا چهار کیلوگرم به وزن و شش تا هشت سانتی‌متر به قد آن‌ها اضافه می‌شود؛ این در حالی است که در همین دوران، تغییرات چشمگیری در تکامل اجتماعی، شناختی، احساسی، استقلال و هویت کودک رخ می‌دهد. مشکلات شایع تغذیه‌ای در این گروه سنی عبارت است از: اضافه‌وزن و چاقی، سوء تغذیه پروتئین-انرژی، کمبود ویتامین‌هایی همچون ویتامین A، گروه B و D و نیز کمبود برخی مواد معدنی از جمله آهن (به صورت کمبود یا کم‌خونی فقر آهن)، روی و ید که هر یک به نوبه خود پیامدهای گوناگونی برای سلامت جسمی و ذهنی کودک در این دوران و آینده نه‌چندان دور به دنبال دارد. آشنایی با ویژگی‌های تغذیه در این دوران و راهکارهای برخورد صحیح با هر یک از آن‌ها می‌تواند راهگشا باشد:

۵۱. اشتهای کم و متغیر (به دلیل حجم کم معده) از مشخصه‌های اصلی تغذیه کودکان در این دوران است. اگرچه اجبار، تهدید و تشویق امری بی‌فایده برای کنترل دریافت غذایی کودک است، اما همیشه ایجاد تنوع غذایی و تهیه غذاهای سالم، مقوی و مغذی در وعده‌ها و میان‌وعده‌ها بهترین گزینه برای تامین نیازهای تغذیه‌ای او در این دوران خواهد بود. به علاوه، اعمال محدودیت (به صورت معقول) بر رفتارها و عادات تغذیه‌ای ناصحیح، همچنان به عنوان راهکاری موثر به والدین معرفی می‌شود.

۵۲. نظر به الگوپردازی کودک از محیط اطراف و خانواده، بهره‌گیری از الگو و عادات صحیح تغذیه‌ای در خانواده از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. چنین الگو و عادات تغذیه‌ای به‌طور مشخص، ضمن تعیین میزان دستیابی به اهداف تامین نیازهای مواد مغذی موردنیاز رشد و تکامل جسمی و ذهنی کودک، تعیین‌کننده وضعیت سلامت و بیماری و نیز احتمال ابتلا به بیماری‌های مزمن در سال‌های آتی و به‌ویژه دوران بزرگسالی و سالمندی است.

۵۳. نهادینه‌شدن تمایل به غذاهایی با محتوای بالای نمک، قند و چربی و نیز تغییر ذائقه کودک به مصرف غذاهای خوش‌نمک-شور، شیرین و پرچرب از همین سنین آغاز می‌شود. این مساله در کنار فعالیت فیزیکی کمتر کودک (به دلیل حرکت اجتماع به سمت صنعتی شدن)، شاغل بودن مادر، تبلیغات پرزرق و برق صنعت غذا برای برخی اقلام خوراکی فاقد ارزش غذایی و در برخی موارد کم‌توجهی مادر، کودک را به تدریج به سمت اضافه‌وزن سوق خواهد داد. اهمیت این معضل زمانی دوچندان می‌شود که بدانیم کودکان و نوجوانان مبتلا به اضافه‌وزن و چاقی با احتمال بیشتری، در بزرگسالی چاق خواهند بود و ابتلا به چاقی، خطر ابتلا به انواع بیماری‌های مزمن از قبیل بیماری‌های قلبی عروقی، اختلال چربی خون، پرفشاری خون، انواع سرطان و... را به شدت افزایش خواهد داد.

۵۴. از آنجا که کودکان در این دوران، در حال یادگیری هستند، لذا عادات غلط تغذیه‌ای ضمن ایجاد اختلال رشد در ایشان، به کاهش قدرت یادگیری آن‌ها نیز دامن خواهد زد.

۵۵. بهتر است در این دوران غذا در حجم کمتر و دفعات بیشتر به کودک ارائه شود. به علاوه، مصرف میان‌وعده‌های سالم از قبیل میوه‌های تازه یا خشک‌شده در منزل، سبزی‌های خام (ترجیحاً به صورت تزیین‌شده)، لقمه نان و پنیر و گردو و سبزی، شیر و ماست کم‌چرب و ترجیحاً پروبیوتیک، آب‌میوه‌های طبیعی و مغزهای خام و بدون نمک در این گروه‌های سنی، از اهمیت بسزایی برخوردار است. میان‌وعده‌ها می‌بایست ضمن تامین مواد مغذی موردنیاز، در زمان مناسبی به کودک ارائه شوند تا باعث بی‌اشتهایی او برای مصرف غذا در وعده‌های اصلی غذایی نشوند.

۵۶. در کودکان پیش دبستانی چیدمان غذا (مخلوط‌کردن غذاهای مختلف در ظرف اصلی)، دمای غذا (ارجح بودن غذای ولرم در مقایسه با غذاهای سرد یا داغ)، طعم (ملایم و نه ترش و تند) و بوی غذا نیز از عوامل دخیل در مصرف غذا به‌شمار می‌آیند. عدم توجه به این موارد در کنار سهولت تهیه چندین غذای مورد علاقه کودک منجر به تمایل او به مصرف چند غذای خاص، کاهش تنوع غذایی، عدم تامین مقادیر کافی از برخی مواد مغذی و در نتیجه سوء تغذیه احتمالی کودک می‌شود. از سوی دیگر، حساسیت بیش از حد برخی مادران به مصرف کل غذای موردانتظار ایشان، باعث ایجاد مقاومت و تثبیت بد غذایی در کودکان برای سال‌های آتی زندگی خواهد شد.

۵۷. فراهم کردن شرایط برای غذاخوردن دسته‌جمعی کودکان، به‌ویژه با گروه هم‌سالان ایشان، ضمن افزایش اشتیاق آنان به غذاخوردن، امکان آموزش اصول ساده تغذیه صحیح را فراهم می‌آورد. به علاوه، مشارکت دادن کودک در تهیه مواد غذایی ساده و نیز کاشت و پرورش گیاهان در باغچه، نگرش مثبتی درباره تغذیه سالم در ذهن او نهادینه خواهد کرد.

۵۸. طرز نشستن کودک (بهره‌گیری از میز و صندلی محکم و مناسب کودک به منظور فراهم کردن امکان دسترسی به میز) و استفاده از ظروف مناسب (از جمله استفاده از ظروف غیرشکستنی و کم‌عمق، قاشق و چنگال دسته کوتاه و...) برای کودکان، به‌ویژه کودکان پیش دبستانی از اهمیت بسزایی برخوردار است.

۵۹. مشورت با کارشناس تغذیه و مطالعه کافی در زمینه تغذیه کودک نیز در این زمینه، همواره راهگشای والدین خواهد بود.

## خواص تغذیه‌ای میوه‌ها

مقدمه

میوه‌ها سرشار از انواع ویتامین، مواد معدنی مانند کلسیم، فسفر و پتاسیم و فیبر غذایی هستند که بدن به این مواد نیاز زیادی دارد. علاوه بر این، ترکیبات آنتی‌اکسیدان که خاصیت ضد سرطان دارند نیز در میوه‌ها به وفور یافت می‌شود. میوه‌های تازه گزینه مناسبی برای صبحانه، میان‌وعده یا دسر هستند. بیماری‌هایی که دارای اختلال‌های دستگاه گوارش هستند، در مصرف میوه‌ها باید دقت کنند؛ همچنین بیمارانی که دارای التهاب روده، زخم روده و زخم معده هستند نباید میوه‌ها را به صورت خام مصرف کنند؛ زیرا بیماری آنان بدتر می‌شود؛ باید میوه‌ها را به صورت کمپوت و پخته شده مصرف کنند. داشتن یک رژیم غذایی سالم که شامل مقدار زیادی فیبر باشد، فشار و التهاب درون روده را کم کرده و با جذب آب در روده بزرگ، موجب تسهیل دفع می‌شود. فیبر کمک می‌کند که فرد برای مدت طولانی‌تری احساس سیری کند؛ در نتیجه با کم خوردن، کالری کمتری نیز دریافت می‌کند. هر چه روزانه فیبر بیشتری به بدن برسد، کاهش وزن، بیشتر و راحت‌تر خواهد بود و سطح کلسترول خون پایین‌تر می‌آید. فیبرها در تنظیم سیستم ایمنی و کاهش التهاب‌ها نیز نقش مهمی بر عهده داشته و از دیابت، یبوست، بیماری‌های قلبی عروقی، سرطان و چاقی پیشگیری می‌کنند؛ بنابراین میوه‌ها می‌توانند نقش مهمی در سلامتی ایفا کنند که در ادامه با خواص تغذیه‌ای برخی از آن‌ها بیشتر آشنا می‌شویم.



کلابی

بالایی فروکتوز در مقایسه با گلوکز است و در صورت مصرف زیاد ممکن است موجب نفخ و معده‌درد شود و اسهال را در افرادی که دارای اختلال‌های تحریک‌پذیری روده هستند، زیاد کند. میوه‌ها به دلیل قند طبیعی که دارند مانع کاهش سریع قندخون در بیماران دیابتی می‌شوند؛ همچنین بهتر است افراد چاق قبل از خوردن غذا، میوه‌هایی را که بافت سفت دارند مانند کلابی مصرف کنند؛ چراکه این میوه‌ها دارای فیبر هستند و مصرف آن‌ها باعث می‌شود زودتر احساس سیری کنند.

کلابی میوه‌ای ملایم و شیرین و غنی از آنتی‌اکسیدان‌های مهم، فلاونوئیدها، فیبرهای خوراکی، پتاسیم، کلسیم، آهن، مس، منیزیم، ریبوفلاوین، ویتامین ب ۶، ویتامین C، K و اسید فولیک است. علاوه بر این مواد، این میوه بدون چربی، بدون کلسترول و کم کالری است. مصرف کلابی به کاهش وزن کمک کرده و اگر منطبق با یک رژیم صحیح مصرف شود، خطر ابتلا به سرطان، فشارخون، دیابت و بیماری‌های قلبی را کاهش می‌دهد. کلابی دارای میزان



تشکیل شده است که به همراه فیبر موجود در این میوه به کاهش وزن کمک می‌کند.

#### پرتقال

مصرف یک پرتقال متوسط مقدار فراوانی ویتامین C و پتاسیم را در اختیار بدن قرار می‌دهد. این میوه منبع خوبی برای ویتامین‌های B از جمله تیامین و فولات است. ترکیب‌های گیاهی مانند فلاونوئیدها، کاروتنوئیدها و اسید سیتریک که در پرتقال وجود دارند، مسوول بسیاری از فواید سلامت این میوه هستند. اسید سیتریک می‌تواند خطر تشکیل سنگ‌های کلیه را کاهش دهد. ویتامین C و اسید سیتریک پرتقال می‌تواند به افزایش جذب آهن و پیشگیری از کم‌خونی (آمی) کمک کند.

#### موز

موز سرشار از ویتامین‌ها و مواد معدنی مختلف است و فواید شگفت‌انگیزی دارد. موز پتاسیم زیادی دارد. یک موز متوسط می‌تواند ۱۲ درصد از مقدار مصرف توصیه شده روزانه پتاسیم را تامین کند. آرایش کربوهیدراتی موز نیز منحصر به فرد است. کربوهیدرات‌های موجود در موزهای سبز و نارس بیشتر از نشاسته مقاوم تشکیل شده که نوعی فیبر غذایی محسوب می‌شود و به کنترل قند خون و احساس سیری کمک می‌کند؛ همچنین، موز حاوی پکتین است که در کنترل قندخون و سلامت دستگاه گوارش نقش دارد. محتوای کربوهیدرات و مواد معدنی بالای موز، آن را به گزینه‌ای عالی برای مصرف تامین انرژی پیش از ورزش تبدیل می‌کند.

#### انگور

انگور سرشار از آنتی‌اکسیدان‌هاست. آنتوسیانین‌ها و رزوراترول موجود در انگور خاصیت ضد التهابی دارند و در محافظت از قلب، چشم‌ها، مفاصل و مغز موثرند.

#### گیلاس

گیلاس سرشار از مواد مغذی به‌ویژه پتاسیم، فیبر و ویتامین C است. این میوه حاوی آنتی‌اکسیدان‌ها، از جمله آنتوسیانین‌ها و کاروتنوئیدهاست که التهاب را کاهش می‌دهند و ممکن است به پیشگیری از برخی بیماری‌ها کمک کنند. ملاتونین یکی دیگر از مواد مفید موجود در گیلاس است که می‌تواند فواید سلامت جالب توجهی را ارائه کند. ملاتونین هورمونی است که در خواب نقش دارد و ممکن است به درمان بی‌خوابی و اختلال‌های خواب کمک کند.

#### سیب

سیب از محبوب‌ترین میوه‌ها در جهان است و البته گزینه‌ای مغذی نیز محسوب می‌شود. سیب حاوی فیبر، ویتامین C، پتاسیم، ویتامین K و منبع خوبی برای ویتامین‌های B است. مطالعات نشان داده‌اند که آنتی‌اکسیدان‌های موجود در سیب می‌توانند سلامت قلب را افزایش داده و خطر دیابت نوع ۲، سرطان و بیماری آلزایمر را کاهش دهند. سیب منبع خوبی برای پکتین است. پکتین یک فیبر است که به بهبود سلامت گوارش و عملکرد روده کمک می‌کند.

#### آناناس

یک میوه گرمسیری با محتوای چشمگیر مواد مغذی است. آناناس سرشار از ویتامین C و املاح، به‌ویژه منگنز است؛ همچنین حاوی بروملین است که این ترکیب آنزیمی به‌واسطه خواص ضدالتهابی و توانایی گوارش پروتئین شناخته شده است. آزمایش‌ها و مطالعات متعدد نشان داده‌اند که بروملین ممکن است به محافظت در برابر سرطان و رشد تومور نیز کمک کند.

#### بلوبری

بلوبری سرشار از فیبر، ویتامین‌های K، C و منگنز است؛ همچنین، این میوه منبع عالی برای آنتی‌اکسیدان‌ها محسوب می‌شود. آنتی‌اکسیدان‌های موجود در بلوبری ممکن است خطر بیماری‌هایی مانند بیماری قلبی، دیابت، و آلزایمر را کاهش دهند. افزون بر این، بلوبری به‌واسطه تاثیر مثبت بر سیستم ایمنی بدن انسان شناخته شده است. مصرف منظم بلوبری به جلوگیری از عفونت‌های ویروسی کمک می‌کند. آنتی‌اکسیدان‌های موجود در بلوبری اثر محافظتی بر مغز انسان دارد و مصرف بلوبری باعث بهبود حافظه در افراد مسن می‌شود.

#### توت‌فرنگی

سرشار از ویتامین C، منگنز، فولات و پتاسیم است. در مقایسه با میوه‌های دیگر، توت‌فرنگی از شاخص گلیسمی نسبتاً پایین برخوردار است؛ از این رو، مصرف آن به افزایش ناگهانی قندخون منجر نمی‌شود. توت‌فرنگی از ظرفیت آنتی‌اکسیدانی شگفت‌انگیزی برخوردار است که خطر بیماری‌های مزمن را کاهش می‌دهد؛ همچنین به بهبود شرایط پوست و پیشگیری از بروز چین‌وچرک زودرس کمک می‌کند. برخی مطالعات نشان داده‌اند که مصرف توت‌فرنگی در پیشگیری از سرطان و تشکیل تومور موثر است.

#### هندوانه

هندوانه سرشار از ویتامین‌های A و C است؛ همچنین منبع خوبی برای آنتی‌اکسیدان‌های مهم، از جمله لیکوپن، کاروتنوئیدها و کوکوروبیتاسین E است. برخی آنتی‌اکسیدان‌های هندوانه به‌واسطه آثار ضدسرطان خود مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. مصرف لیکوپن با کاهش خطر سرطان‌های دستگاه گوارش پیوند خورده است؛ در شرایطی که کوکوروبیتاسین E ممکن است رشد تومور را مهار کند. مصرف مواد غذایی سرشار از لیکوپن به‌واسطه توانایی آن‌ها در کاهش کلسترول و فشارخون، سلامت قلب را نیز بهبود می‌بخشد. هندوانه گزینه‌ای عالی برای آبرسانی به بدن نیز محسوب می‌شود؛ زیرا ۹۲ درصد این میوه از آب



# بررسی کشور افغانستان



■ معرفی

کشورهای دنیا قرار می‌دهد. افغانستان از جمله کشورهایی است که دارای بیشترین قرابت فرهنگی و زبانی با ایران از جمله فارسی‌زبانان است. زبان و فرهنگ مشترک باعث شده است تجار و بازرگانان دو طرف بهتر بتوانند با یکدیگر ارتباط بگیرند؛ با این حال، این کشور از اقوام و مذاهب گوناگون تشکیل شده که نیاز است.

■ اقتصاد

اقتصاد در افغانستان همواره تاثیرپذیر از مساله جنگ بوده است؛ اما در چند سال اخیر و به دنبال تاسیس حکومت جدید در این کشور، وضعیت بهبود پیدا کرده است. حداقل این کشور توانسته در بسیاری از سازمان‌های بین‌المللی عضو شود، سرمایه خارجی جذب کند و از همه مهم‌تر دادوستد خود را دوباره با کشورهای مختلف از جمله ایران برقرار کند. اقتصاد این کشور چندان بویی از صنعت نبرده و بیشتر بر بحث کشاورزی متمرکز است. بخش زراعت در افغانستان به طور سنتی یکی از شاخص‌های بالقوه اقتصادی محسوب شده و یکی از مهم‌ترین و تاثیرگذارترین عوامل رشد اقتصادی در این کشور به شمار می‌رود. حدود ۷۰ درصد افغان‌ها در مناطق روستایی زندگی می‌کنند و بیشتر در مزارع زراعتی مشغول کار هستند و ۶۱ درصد خانوارها در آمدشان را از بخش زراعت به دست می‌آورند.

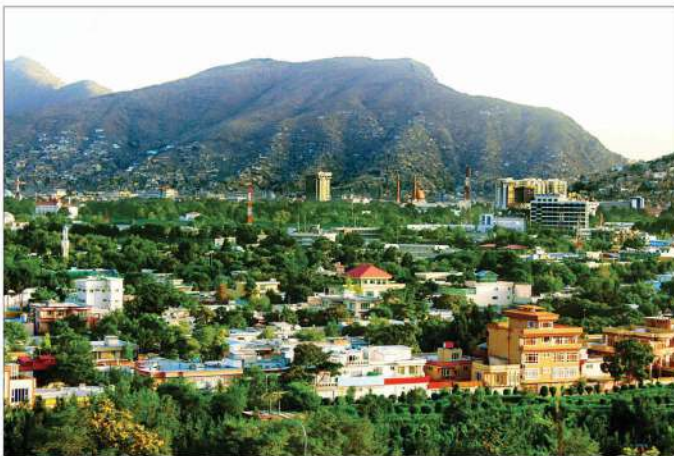
منطقه‌ای که امروزه افغانستان نامیده‌اند به عنوان بخشی از سرزمین ایران در دوران باستان، از نقاط کانونی در جاده ابریشم و مسیرهای مهاجرت انسان‌ها بوده است. باستان‌شناسان شواهدی از سکونت انسان‌ها تا بیش از ۵۰ هزار سال پیش از میلاد مسیح به دست آورده‌اند. نخستین تمدن شهری ممکن است در این قلمرو بین دو تا سه هزار سال پیش از میلاد آغاز شده باشد. افغانستان سرزمینی کوهستانی و محصور در خشکی است که در قلب قاره آسیا جای گرفته است. کوه‌های هندوکش به طول ۶۰۰ کیلومتر و عرض ۱۰۰ کیلومتر از سمت شمال شرقی به غرب و جنوب غربی کشیده شده و تقریباً از میانه کشور می‌گذرد. این کشور حدفاصل آسیای میانه، آسیای شرقی و آسیای غربی (خاور میانه) بوده و پایتخت آن کابل است. افغانستان حدود ۳۴ استان و ۴۰۰ شهرستان دارد و مساحت آن ۶۵۲,۸۶۴ کیلومتر مربع است که از نظر مساحت چهل و یکمین کشور وسیع دنیا بوده و در قاره آسیا جایگاه یازدهم را داراست. این کشور در شمال به کشورهای تاجیکستان، ازبکستان و ترکمنستان و از طرف غرب به کشور جمهوری اسلامی ایران و از شرق و جنوب به کشور پاکستان و از طرف شمال شرقی به ولایت سین کیانگ چین پیوسته است. میزان جمعیت افغانستان طبق گزارش مرکز آمار افغانستان در ۱۳۹۷ بیش از ۳۶ میلیون نفر بوده که افغانستان را در رتبه سی و نهم پرجمعیت‌ترین



## وضعیت اقتصاد افغانستان در ۲۰۱۹

براساس آخرین داده‌های سازمان‌های بین‌المللی بانک جهانی، صندوق بین‌المللی پول و سازمان جهانی کار

توضیحات	شاخص‌های اقتصادی
۱۹,۳۶ میلیارد دلار	تولید ناخالص داخلی
به ترتیب برابر ۷۸، ۱۵ و ۵ درصد	سهم بخش خدمات، کشاورزی، صنعت و معدن GDP
۴/۵ درصد	تورم
۴۲ درصد	بیکاری
۵ میلیارد دلار	میزان سرمایه‌گذاری خارجی
اورانیوم، لیتیوم، سنگ آهن، مس، زغال‌سنگ	مهم‌ترین محصولات معدنی
خشخاش و تریاک، میوه، پشم و گوشت گوسفند، زعفران	مهم‌ترین محصولات کشاورزی
گلیم و فرش	مهم‌ترین محصولات صنعتی
۷ میلیارد دلار	حجم تجارت خارجی



### • زیرساخت‌های اقتصادی در افغانستان

#### ■ منابع تامین انرژی

ذخایر انرژی در افغانستان به‌طور وسیع و اکثر دست نخورده باقی مانده است. افغانستان دارای معادن زغال‌سنگ، اورانیوم، نیبوم، نفت، گاز و رودخانه‌هاست. طبق گزارش وزارت انرژی و آب افغانستان، ظرفیت تولید انرژی بالقوه این کشور ۲۴ هزار مگاوات است. طبق آخرین ادعاها و اکتشاف‌ها درباره نفت و گاز در افغانستان، حدود ۱/۸ میلیارد بشکه نفت خام و ۷۰۰ یا سه هزار میلیارد مترمکعب گاز طبیعی و ۵۶۲ میلیون بشکه گاز مایع وجود دارد؛ همچنین افغانستان توانایی استخراج روزانه ۳۰۰ هزار بشکه نفت خام را داراست که درآمدی معادل سالانه ۹ تا ۱۰ میلیارد دلار برای افغانستان ایجاد می‌کند. میزان نفت و گاز افغانستان از بسیاری از کشورهای صادرکننده نفت و گاز چون جمهوری آذربایجان و ازبکستان و... بیشتر است.

#### ■ حمل‌ونقل

**راه آهن:** افغانستان جزو معدود کشورهای است که راه آهن در آن توسعه نیافته است. راه آهن حیرتان- مزار شریف بین کشور ازبکستان و افغانستان چند سالی است که به بهره‌برداری رسیده است.  
**بنادر:** افغانستان به دلیل عدم دسترسی به آب‌های آزاد فاقد بندر کشتیرانی است و تنها رودخانه مرزی آمو دریا از این قاعده مستثناست که آن هم به سبب بی‌توجهی فعال‌قابل بهره‌برداری نیست.

**حمل‌ونقل هوایی:** فرودگاه‌های بین‌المللی کابل، قندهار و بگرام، مزار شریف و هرات از مهم‌ترین فرودگاه‌های این کشور است. نام هواپیمایی بین‌المللی افغانستان آریانا است؛ البته شرکت‌های دیگر هواپیمایی نیز از جمله صافی و کام‌ایر نیز در این زمینه فعال هستند.

**جاده:** ۴۱۳۵۰ کیلومتر جاده وجود دارد که ۱۲۳۵۰ کیلومتر آن آسفالت‌ه و دارای زیرسازی مستحکم است، بقیه اغلب شوسه یا دارای زیرساختی ضعیف هستند.

#### ■ بنادر و مناطق تجاری

آمودریا ۲۵۴۰ کیلومتر طول دارد، از یخچال‌های پامیر سرچشمه می‌گیرد و حدود ۲۴۱ هزار کیلومتر مربع از خاک افغانستان را آبیاری می‌کند. حدود هزار کیلومتر از این رود مرز بین افغانستان و جمهوری‌های تاجیکستان و ازبکستان است. آمودریا از جایی که رود کوکچه در غرب شهر فیض‌آباد به آن می‌ریزد، قابل کشتیرانی می‌شود.

#### ■ شبکه و اینترنت

هم‌اکنون طبق آخرین آمار، افغانستان دارای بیش از دو میلیون کاربر اینترنت است. برای اولین بار افغانستان دامین af را در ۲۰۰۳ گرفت. مرکز شبکه اطلاعات افغانستان به انگلیسی (Afghanistan Network Information Center (AFGNIC)) مدیریت سراسری اینترنت را به‌عهده دارد. دولت کنونی اینترنت



محسوب می شوند.

#### وضعیت تجارت ایران و افغانستان

حجم بسیار فراوانی از کالاهای بازار افغانستان از ایران وارد می شود؛ به طوری که براساس آخرین آمارها چیزی بین ۱۷ تا ۲۰ درصد از واردات این کشور از ایران تامین می شود. در بسیاری از مواقع افغانستان در صدر مقاصد صادراتی کالاهای ایران قرار دارد. وجود کیلومترها مرز زمینی مشترک در کنار فرهنگ و زبان مشترک باعث شده است تجار ایرانی به راحتی بتوانند نیازهای صادراتی این بازار بزرگ را تشخیص و برای صادرات محصولات ایرانی اقدام کنند؛ هرچند در این زمینه هنوز پتانسیل های زیادی برای فعالیت وجود دارد؛ چراکه کشورهایی مانند هند، چین و پاکستان از جمله رقبای ایران در بازار افغانستان به شمار می روند. انتظار می رود با توجه به سیاست های اتخاذ شده در خصوص تجارت با این کشور و بحث بندر چابهار در این خصوص، حجم تجارت دو کشور در سالیان آینده افزایش پیدا کند.

#### محصولات غذایی و کشاورزی صادرشده از افغانستان به ایران و دیگر کشورها

صادرات از افغانستان به جهان	صادرات از افغانستان به ایران
میوه و آجیل خوراکی، گیاهان دارویی و عصاره گیاهی، سبزیجات خوراکی و ریشه ها و غده های خاص، قهوه و چای و ادویه جات و ترشی جات، دانه های روغنی و غلات و دانه ها	سبب، گوجه فرنگی، خامه شیر، پیاز و موسیر، هندوانه، رب گوجه فرنگی، زعفران، شیرینی بدون کاکائو، آب میوه، خوراک دام و بیسکویت

#### صادرات از ایران به افغانستان

نیات و اجزای آن (مصارف عطرسازی)، دانه کنجد حتی خردشده، تخم زیره سبز، شتر، گاو گوشتی، پيله گرم ابریشم، تخم سبزیجات و عصاره های نباتی

فرهنگی و همزبانی و تاثیر آن بر عرصه های اقتصادی (فرهنگ مشترک در تولید و مصرف کالا) را می توان جزء فرصت های سرمایه گذاران ایرانی در افغانستان برشمرد. تجارت بین جمهوری اسلامی ایران و افغانستان اهمیت ویژه ای دارد. در این خصوص سرمایه گذاری دوجانبه سبب نزدیک شدن دو ملت بزرگ خواهد شد. افغانستان در زراعت نیز دارای ظرفیت های بالقوه ای است که ایرانی ها می توانند در کشت های فراسرزمینی، شیلات، دامداری، شهرک سازی و استخراج معادن که فوقاً عنوان شد، سرمایه گذاری کنند. موقعیت افغانستان به عنوان قلب آسیا این کشور را به پلی بین کشورهای آسیای میانه، مرکزی و جنوبی از یک طرف و میان شرق دور و اروپا از طرف دیگر، مطرح و برای ترانزیت و تجارت کالا و خدمات، به فرصتی طلایی تبدیل کرده است.

#### موقعیت های سرمایه گذاری در افغانستان

● افغانستان در زراعت نیز دارای ظرفیت های بالقوه ای است که دوستان ایرانی می توانند در کشت های فراسرزمینی، شیلات، دامداری، شهرک سازی و استخراج معادن که فوقاً عنوان شد، سرمایه گذاری کنند. باید گفت نیروی کار فعال در قریه ها، آب فراوان و خاک حاصلخیز و زمین های وسیع و پهناور فاکتورهایی هستند که باعث سود بیشتر برای سرمایه گذاران خارجی

را به عنوان یک منبع مهم رشد و توسعه برای کشور به رسمیت می شناسد. بر اساس آمار ارائه شده توسط وزارت مخابرات افغانستان، هم اکنون ۵۳ شرکت در عرصه ارائه اینترنت در این کشور فعالیت دارند که تنها ۵ درصد آن را شرکت های دولتی تشکیل می دهند.

- تولیدات مهم افغانستان در حوزه صنایع غذایی: نوشیدنی های غیرالکلی، شیرینی و شکلات، آب معدنی.
- تولیدات مهم در بخش کشاورزی: گندم، انواع میوه، خشکبار، زعفران.

#### تجارت افغانستان به چه صورت است؟

افغانستان به علت توسعه نیافتگی و عقب ماندن بخش صنعتی و تولید آن از روند پیشرفت جهانی، نیاز شدیدی به واردات دارد. هرچند در این کشور روحیه مصرف گرایی کمتر است، اما متنوع نبودن اقتصاد آن باعث شده است بسیاری از کالاهای مصرفی روزمره را نیز از سایر کشورها وارد کند. بیشتر حجم اقتصاد افغانستان مربوط به بخش کشاورزی و بعد از آن خدمات است. البته کشاورزی آن نیز چندان پیشرفته نیست و بیشتر به چند محصول خاص محدود می شود. از آنجا که این کشور به آب های آزاد دسترسی ندارد، مقامات آن تمایل زیادی برای تجارت با همسایگان دارند؛ با این حال، در چند سال اخیر صحبت از استفاده افغانستان از بندر چابهار برای تجارت با سایر بخش های جهان شده است. مقامات کابل به دنبال آن هستند تا در این خصوص با هند نیز همکاری کنند. لازم به ذکر است، توسعه بندر چابهار از جانب ایران به هندی ها واگذار شده است. براساس آمارها کشورهای پاکستان و هند یکی از اصلی ترین شرکای افغانستان در بحث تجارت

#### چرا افغانستان کشوری مناسب برای سرمایه گذاری است؟

نگاهی به منابع و ذخایر زیرزمینی افغانستان، نشان می دهد که این کشور، می تواند جزو کشورهای ثروتمند جهان باشد و صرفاً به دلیل نبود امنیت و توان مدیریتی و عدم دسترسی به فناوری لازم، نتوانسته از این ذخایر به خوبی بهره برداری کند. طبق برآوردها سالانه ۷۵ میلیارد متر مکعب آب در افغانستان تولید می شود که از این مقدار ۵۷ میلیارد آب های سطحی و ۱۸ میلیارد منابع آبی زیرزمینی است. با توجه به طبیعت و ساختمان زمین شناسی، افغانستان سرشار از منابع طبیعی و معدنی است. آب فراوان در عرصه زراعت و دامداری، انرژی آبی، صنعت شیلات، جاذبه های گردشگری، نیروی کار جوان و ارزان، دستاوردهای علمی، منابع، معادن و ذخایر زیرزمینی، صنعت نوپا، صنایع دستی، پرورش پيله و تولید ابریشم، میوه های خشک و تازه، گیاهان دارویی کمیاب و قوانین ساده (سیستم اقتصاد بازار)، بازار ۳۰ میلیون جمعیت را می توان از جذابیت های خاص افغانستان برای تمام سرمایه گذاران خارجی به خصوص کشور همسایه و هم فرهنگش ایران دانست. سرمایه گذاران ایرانی با داشتن تجربه خوب، به خصوص با آن همه تحریم هایی که ایالات متحده آمریکا و هم پیمانانش علیه ایران وضع کردند، نتوانستند در عرصه تولید، نیازهای اولیه جامعه خویش را برآورده و به سوی خود کفایی گام بردارند. بازار بکر و دست نخورده افغانستان (علاوه بر جذابیت های فوق) از لحاظ مشترکات

## PDF Compressor Free Version

می شوند.

میزان تقاضا در حوزه ساختمان نیز در حال افزایش است. بر اساس گزارش‌های اداره حمایت از سرمایه‌گذاری (آیسا)، سرمایه‌گذاری در این حوزه نسبت به سایر حوزه‌ها، بیشتر بوده و همچنان در حال افزایش است. با توجه به وجود پروژه‌های کلان دولتی، احیای زیرساخت‌ها، شاهراه‌ها، ریل، سد و تاسیسات دولتی، ساخت شهر جدید کابل، احداث سد سلما، آغاز پروژه‌های سدسازی در افغانستان و پروژه‌های تاپی، کاسا ۱۰۰۰، خط آهن خواف - هرات پیش‌بینی می‌شود میزان سرمایه‌گذاری در موارد ساختمانی نیز افزایش یابد.

تقاضا برای خدمات مخابراتی و تکنولوژی‌های اطلاعاتی در افغانستان نیز در حال افزایش است. در حال حاضر ۸۸ درصد مردم به خدمات مخابراتی دسترسی دارند. حوزه بانکداری نیز رو به رشد است. در حال حاضر نزدیک به ۱۷ بانک خصوصی و دولتی در افغانستان فعالیت می‌کند.

فروشگاه‌های زنجیره‌ای و عرضه خدمات و کالاهای باکیفیت نیز یکی دیگر از تقاضاهای مردم افغانستان است. در حال حاضر چند فروشگاه زنجیره‌ای در این کشور وجود دارد؛ ولی کفاف تقاضای روزافزون جامعه را نمی‌کند. این امر مستلزم سرمایه‌گذاری بیشتر است.

در حال حاضر در این کشور ۱۷۵ بیمارستان خصوصی و ۱۳۰ بیمارستان دولتی، خدمات درمانی ارائه می‌کنند. در این حوزه فرصت زیادی برای سرمایه‌گذاری وجود دارد.



### ویژگی‌های بازار افغانستان

- کاملاً وابسته به واردات کالاهای اساسی و غیراساسی؛
- کاملاً وابسته به وجود کمک‌های خارجی؛
- نقش کم‌رنگ دولت در تامین مایحتاج مردم و نظارت بر قیمت‌ها؛
- وجود کارخانه‌های اندک برای تولید محصولات موردنیاز؛
- بازار این کشور به صورت سنتی از سوی بخش خصوصی اداره می‌شود؛
- بیشتر مردم مایحتاج خود را از بازارهای سنتی تامین کرده و براساس درآمد روزانه خود خرید می‌کنند؛
- وجود پروژه‌ها در بخش خدمات فنی و مهندسی که بخشی از آن از سوی نهادهای یا دیگر کشورها تامین شده است؛
- وجود کانال‌های توزیع سنتی؛
- وجود پتانسیل در تولید محصولات کشاورزی با توجه به منابع آب فراوان در این کشور؛
- وجود معادن و ذخایر بسیار ارزش فراوان در بخش‌های مختلف؛

- وجود بازار مصرف بزرگ بیش از ۳۰ میلیون نفری؛
- وجود فرصت‌های خاص در حوزه سرمایه‌گذاری کوچک (با توجه به وضعیت فعلی)؛
- آشنایی تجار افغانی با بسیاری از واحدهای تولیدی ایران در شهرهای مختلف؛
- بی‌توجهی برخی تجار افغانی به زمان ملاقات‌ها و سفرهای نامنظم برای امور تجاری.

### نقاط قوت ایران در بازار افغانستان

- قربان فرهنگی که بستر خوبی برای اعتماد به شرکت‌های ایرانی و مصرف کالاهای ایرانی است؛
- نزدیکی مسیر و توانمندی‌های اقتصادی ایران (تولید، خدمات و تامین مواد اولیه برای صنایع کوچک و متوسط)؛
- وجود بازار مناسب با تقاضای نسبتاً قابل توجه، جمعیت جوان با تقاضای مصرف، نوپابودن صنایع و خدمات، وجود منابع غنی معدنی، نرخ تعرفه پایین و...؛
- موقعیت خوب کالاهای ایرانی نزد طیف وسیع مهاجرانی که در ایران بودند.

### آشنایی با ولایات افغانستان

#### هرات:

#### زراعت، باغداری و مالداری

به لحاظ اقلیم و زمین‌های آبی و دیم از جمله بزرگ‌ترین تولیدکنندگان غله در افغانستان به شمار می‌رود. زعفران، دیگر محصول عمده و مشهور این ولایت است. در سال جاری، حدود سه تن زعفران خالص در این ولایت برداشت و افزون بر آن، ده‌ها تن پیاز (بذر) زعفران به خاطر ترویج آزمایشی، به دیگر ولایات این کشور انتقال داده شد. هرات در عرصه باغداری نیز از شهرت خوبی برخوردار است. بر پایه معلومات ریاست زراعت، بیشتر از ۵۰ نوع انگور در این ولایت برداشت می‌شود. شفتالو، انجیر و پسته، از دیگر محصولات عمده باغی هرات است. مالداری نیز از پیشه‌های مهم بخشی از مردم دهنشین هرات است. اقتصاد افغانستان از سال‌های متمادی وابسته به کشاورزی بوده است. افغانستان از نظر تولید مواد غذایی، میوه‌جات، خشکبار، سبزیجات و غله‌جات، نه تنها خود کفاست، بلکه به کشورهای خارجی نیز صادرات دارد.

#### صنعت

هرات در زمینه صنایع نیز پیش‌تاز است. این ولایت در حال حاضر قطب صنعتی کشور شناخته می‌شود. بر پایه معلومات اتحادیه صنعتگران هرات، ۲۸۰ شرکت و کارخانه تولیدی، در این ولایت فعال است که از این تعداد ۲۰۰ شرکت و کارخانه در شهرک صنعتی این ولایت، در شهرستان گذره قرار دارد. بخش عمده تولیدات این شرکت‌ها و کارخانه‌ها؛ بسته‌بندی مواد غذایی، نوشابه‌های غیرالکلی و آب میوه، مواد شوینده و اقلام ساختمانی است.

#### بلخ:

#### زراعت

هفتاد درصد مردم این ولایت کشاورز هستند و نیازهای زندگی خود را از همین طریق برآورده می‌کنند. هرچند این ولایت دارای دشتی وسیع است، اما خیلی از زمین‌های آن براثر کمبود آب کشت نمی‌شود. زمین‌های زراعی بلخ در یک ثانیه به ۴۰۰ مترمکعب آب نیاز دارند؛ اما رودهای جاری این ولایت تنها ۳۰ مترمکعب آب دارند؛ به این ترتیب ۶۰ درصد زمین‌های زراعی این ولایت می‌توانند زیر کشت بروند. در این ولایت حدود یک میلیون جریب زمین آبی و ۷۵۰ جریب زمین لم‌یزرع وجود دارد. گندم از محصولات مهم

● حیوانات: گاو، گوسفند، بز، ماکیان و...  
 ۱۱۷۹۲۰ هکتار از زمین‌های این ولایت آبیاری می‌شوند. منابع مهم آبیاری در آن عبارت‌اند از: رودهای ارغنداب، ترنک، کدنی ارغستان و همچنان چشمه‌ها و کاریزها.  
 محصولات زراعتی این ولایت (انگور، انار، زردآلو، شلیل، شفتالو، خربزه، گندم، جوار، بادام و سیب) از شهرت برخوردارند و همچنان میوه‌های خشک قندهار (بادام، کشمش، هلو و میوه تازه انگور، انار و خربزه) به تعدادی از کشورهای خارجی صادر می‌شوند.

#### ● معادن

معادن مرمر، سنگ فلورایت، سنگ لومیت، سنگ رخام، سنگ زغال و معدن گچ، طلا و آهن در ولایت قندهار وجود دارد؛ اما حدود ۷۰ درصد مردم آن دچار فقر هستند و زندگی‌شان را از طریق زراعت و دامداری می‌گذرانند.

#### ● صنعت

در شهر قندهار ۱۸۵ تولیدی و شرکت‌های مختلف کوچک وجود دارد. تولیدات مهم این کارخانه‌ها عبارت است از: انواع سیخ، گارد، اسباب پلاستیکی، روغن و...

#### صادرات محصولات غذایی از ایران و جهان به افغانستان

فرصت بالقوه (درصد)	نسبت بازار ایران به دنیا (درصد)	سهم ایران از این بازار (میلیون دلار)	کل بازار افغانستان (میلیون دلار)
۷۷٫۷	۲۳٫۳	۴۷۵	۲۱۳۰

#### ■ فرصت‌های خوب سرمایه‌گذاری در افغانستان

- سرمایه‌گذاری در بخش‌های ساخت سردخانه‌ها، پروسس و ارزش‌افزایی میوه‌جات، سبزیجات و خشکبارها؛
- ارزش‌افزایی/زنجیره ارزشی میوه‌جات و سبزیجات؛
- پروسس و پردازش تخمه‌های گیاهی برای تولید روغن؛ مثل زیتون، کنجد و گل آفتاب‌گردان؛
- تولید صنعتی بیسکویت و کیک بسته‌بندی شده؛
- سرمایه‌گذاری در حوزه گیاهان دارویی/نباتات طبیبی مانند شیرین‌بیان، آنغوزه، زعفران، زیره؛
- سرمایه‌گذاری در صنعت بسته‌بندی؛
- سرمایه‌گذاری در بخش معادن؛
- سرمایه‌گذاری در بخش سنگ‌های قیمتی و نیمه‌قیمتی؛
- سرمایه‌گذاری در بخش انرژی (خورشیدی، بادی و...).

بلخ محسوب می‌شود و پنبه، جو، جوار و برنج نیز از محصولات زراعی این ولایت است. پسته یکی از میوه‌های مهم بلخ است؛ کشمش نیز از محصولات صادراتی این ولایت است؛ علاوه بر این، میوه‌های زردآلو، آلو، بادام، سیب، توت، شفتالو، خربزه، گیلاس و انار از دیگر محصولات خوب این ولایت است. زمین‌های بلخ در بخش محصولات غله‌ای نیز بی‌تظیر است. غنم، جو، لوبیا، کنجد، زغر، زیره، نخود، عدس پیاز، زردک، نعنا، گشنیز، بادرنگ، تره، کلم، شلغم، بادمجان سیاه و چیزهای دیگر از محصولات زراعتی این ولایت است.

#### ● صنعت

ولایت بلخ از نظر تولید فرش، مقام ویژه در افغانستان دارد. این صنعت علاوه بر مرکز ولایت در شهرستان‌های کلدار و شور تپه بسیار خوب رشد کرده است. در ولایت بلخ حدود ۱۰۶ شرکت فرش‌بافی و تجارت فرش وجود دارد و در حدود ۲۰ هزار خانوار این ولایت زندگی خود را از طریق قالی‌بافی می‌گذرانند.

#### ● منسوجات

ولایت بلخ در ده سال گذشته در بخش منسوجات پیشرفت کرده است. تاکنون ۲۵۲ شرکت تولیدی منسوجات ثبت شده و اجازه فعالیت رسمی دریافت کرده‌اند؛ علاوه بر این، صدها تولیدی غیررسمی ثبت‌نشده به شکل غیرقانونی فعالیت می‌کنند؛ برخی نیز در این ولایت در بخش تولید مواد غذایی چون روغن، مواد نوشیدنی، آرد، بیسکویت و شیرینی کار می‌کنند.

#### ● تجارت

شهر مزار شریف (مرکز ولایت بلخ) به واسطه موقعیتش از شهرهای بزرگ تجارتي کشور محسوب می‌شود. علاوه بر ارزش سیاسی و فرهنگی این شهر، موجودیت بندر حیرتان و راه‌های بندر آقینه ارزش تجارتي این شهر را بیشتر کرده است. صادرات و واردات افغانستان از راه دریای آمو به وسیله کشتی‌ها و از طریق بندر حیرتان با استفاده از پول صورت می‌گیرد که میوه خشک در بخش صادرات و مواد نفتی، چوپ و مواد ساختمانی را در بخش واردات شامل می‌شود. تاجران افغان نیز در بندر حیرتان (در بخش زیربنای مواد نفتی) بیشتر سرمایه‌گذاری (حدود ۴۰۰ میلیون دلار) کرده‌اند. این صادرات از طریق ازبکستان علاوه بر کشورهای آسیای میانه به کشورهای اروپایی نیز انجام می‌شود.

#### قندهار:

#### ● زراعت و دامداری

- محصولات عمده زراعتی قندهار: گندم، جوار، جو، ماش و زیره.
- انواع میوه‌ها: انگور، زردآلو، آلوچه، انار، شفتالو و...
- انواع سبزیجات: رومی، بادمجان، بامیه، پیاز، باردنگ و...

#### مبادلات تجاری افغانستان با جهان از ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۸ - ارزش: میلیارد دلار

سال	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۶	۲۰۱۵	۲۰۱۴	۲۰۱۳
صادرات	۱۴۸۱۳	۱۰۴۴	۵۹۶	۵۷۱	۵۷۰	۴۶۴
واردات	۱۷۶۹	۱۰۸۷۳	۶۵۳۴	۷۷۲۲	۷۷۲۹	۷۵۵۸
حجم مبادلات	۱۶۵۸۲	۱۱۹۱۷	۷۱۳۰	۸۲۹۳	۸۲۹۹	۸۰۲۲
تراز تجاری	-۱۳۰۴۴	-۹۸۲۹	-۵۹۳۸	-۷۱۵۱	-۷۱۵۹	-۷۰۹۴

## مهم‌ترین اقلام وارداتی افغانستان از جهان در ۲۰۱۸

ارزش (هزار دلار)	کالا
۴۴۵۰۲۴	مخازن و دیگر وسایل نقلیه زرهی، موتورسیکلت، بدون سلاح یا غیره
۴۰۳۹۶۸	آرد گندم یا مالن
۲۳۲۳۵۸	روغن‌های معدنی و آماده‌سازی از مواد معدنی نفتی یا قیری که حاوی بیودیزل نیستند
۱۹۰۱۶۶	قندهای چغندر قند یا چغندر قند و سقر خام شیمیایی، به شکل جامد (به استثنای قند چغندر قند و چغندر قند)
۱۳۴۲۲۲	کارت‌ریج برای تفنگ ساچمه‌ای، قیچی و اسلحه و کارت‌ریج برای پرچین...
۱۲۶۰۶۷	کالایی که در جای دیگر مشخص نشده است
۱۰۰۵۱۶	روغن نخل و بخش‌های آن، به‌عنوان یا بدون رفنت (به استثنای شیمیایی اصلاح‌شده و خام)
۹۳۳۵۹	سیمان پرتلند (به استثنای سفید، به رنگ مصنوعی یا غیرمصنوعی)
۹۰۱۱۰	کامیون جرثقیل (به استثنای کامیون‌های شکسته)
۸۹۰۵۰	تنباکو، تنباکو و سایر تنباکوهای تولیدشده و جایگزین‌های تنباکوی تولید شده...

## مهم‌ترین اقلام صادراتی افغانستان به جهان در ۲۰۱۸

ارزش (هزار دلار)	کالا
۱۱۵۳۷۲	انگور خشک‌شده
۱۰۴۷۳۷	انگور تازه
۱۰۳۴۷۲	لاک، آدامس‌های طبیعی، رزین‌ها، رزین‌های صمغی، بلوز و سایر روغن‌های طبیعی (به غیر از آدامس...)
۷۸۵۳۸	انجیر تازه یا خشک‌شده
۴۷۳۱۶	زغال‌سنگ، پودر یا بدون پودر، غیر آگلومرسته (به استثنای زغال‌سنگ انقباضی و قیری)
۴۷۰۷۷	زغال‌سنگ قیری، پودر یا بدون پودر، غیر آگلومره
۳۹۷۰۵	پنبه، نه کشیده و نه شانه
۳۹۶۳۶	زباله و ضایعات آهن یا فولاد به استثنای سرباره، مقیاس و دیگر زباله‌های تولید...
۳۶۳۹۸	پسته‌های تازه و خشک‌شده، پوشیده‌شده
۳۲۸۷۲	استاتیت طبیعی، به‌صورت تقریبی یا به‌طور کلی برش‌خورده یا به‌سادگی برش داده می‌شود

روابط تجاری دوجانبه جمهوری اسلامی ایران با افغانستان  
 مبادلات تجاری ج.ا.ایران و افغانستان از ۱۳۹۴ تا یازده‌ماهه ۱۳۹۸  
 ارزش: میلیون دلار

سال	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	یازده‌ماهه ۹۸
صادرات	۲۵۷۳	۲۳۹۰	۲۴۹۳	۲۹۶۸	۱۷۳۹
واردات	۲۶	۲۱/۵	۲۰	۱۰	۷
تراز تجاری	۲۵۴۷	۲۳۶۸/۵	۲۴۷۳	۲۹۵۸	۱۷۳۲
حجم مبادلات	۲۵۹۹	۲۴۱۱/۵	۲۵۱۳	۲۹۷۸	۱۷۴۶



مهم‌ترین اقلام صادراتی از ایران به افغانستان در ۱۳۹۷

ردیف	نام کالا	ارزش (هزار دلار)
۱	انواع روغن‌های صنعتی	۴۴۰۰۴۵
۲	گاز ال پی جی	۱۰۱۱۸۰
۳	میلگرد آجدار	۹۶۵۳۰
۴	فرش ماشینی	۸۱۸۵۶
۵	هیدروکربن سبک حاصل از بلندینگ	۷۱۲۹۶
۶	روغن سفید	۶۲۳۶۳
۷	تیرآهن	۶۰۸۸۰
۸	خامه	۵۳۸۱۷
۹	سیب درختی	۵۳۶۲۶
۱۰	رب گوجه‌فرنگی	۴۸۶۱۱

مشخصات سفارت ج.ا.ایران در کشور افغانستان

نام و نام‌خانوادگی سفیر	بهادر امینیان
شماره تلفن ثابت	۰۰۹۳-۲۰-۲۱۰ ۱۳۹۱-۷
شماره نمابر	۰۰۹۳-۲۰-۲۱۰ ۱۳۹۱-۷
پست الکترونیکی	امور کنسولی و اداری: iranemb.kbl@mfa.gov.ir تشریفات: kbl.protocol@mfa.gov.ir
نشانی اینترنتی	https://afghanistan.mfa.gov.ir
نشانی پستی	افغانستان، کابل، خیابان آنکارا، چهارراهی شیرپور، سفارت جمهوری اسلامی ایران

مشخصات سفارت افغانستان در ج.ا.ایران

نام و نام‌خانوادگی سفیر	عبدالغفور لیوال
شماره تلفن ثابت	۰۲۱-۸۸۷۳۷۰۵۰ - ۰۲۱-۸۸۷۳۵۰۴۰
شماره نمابر	۰۲۱-۸۸۷۳۵۶۰۰
پست الکترونیکی	admin@afghaneembassy.ir
نشانی اینترنتی	www.afghanembassy.ir
نشانی پستی	تهران، عباس‌آباد، خ پاکستان، نبش کوچه ۴، پلاک ۲

مشخصات رایزن بازرگانی ج.ا.ایران در افغانستان

نام و نام‌خانوادگی سفیر	محمد مهدی جوانمرد قصاب
شماره تلفن ثابت	۰۰۹۳-۷۹۶۲۴۳۸۵۸
شماره نمابر	۰۰۹۳-۷۸۷۵۵۸۷۰۷
پست الکترونیکی	ltpomj@gmail.com
نشانی اینترنتی	TPO.IR
نشانی پستی	افغانستان، کابل، خیابان آنکارا، چهارراهی شیرپور، سفارت جمهوری اسلامی ایران

مشخصات رایزن بازرگانی افغانستان در ج.ا.ایران

نام و نام‌خانوادگی سفیر	آقای سادات
شماره تلفن ثابت	۰۲۱-۸۸۷۳۷۰۵۰ - ۰۲۱-۸۸۷۳۵۰۴۰
شماره نمابر	۰۲۱-۸۸۷۳۵۶۰۰
پست الکترونیکی	-
نشانی اینترنتی	info@afghanembassy.ir
نشانی پستی	تهران، عباس‌آباد، خ پاکستان، نبش کوچه ۴، پلاک ۲



## صنایع غذایی و توسعه پایدار در بخش کشاورزی

صنایع غذایی بخش جدایی‌ناپذیر از بخش کشاورزی به عنوان یک حلقه قدرتمند، سبب ایجاد توسعه پایدار در بخش کشاورزی شده و سرمایه‌گذاری را در بخش تضمین می‌نماید

امروزه صنایع کشاورزی بخش جدایی‌ناپذیر از بخش کشاورزی بوده تا حدی که صاحب‌نظران اذعان دارند برای دستیابی به توسعه پایدار این بخش لازم است، ارتباط صنعت کشاورزی با بخش مذکور بیشتر شده و کلیه محصولات تولیدی قبل از قرار گرفتن در سبد غذایی جامعه در حلقه زنجیره صنعت غذا قرار گیرد. اگرچه امروزه در هر خانواده‌ای وجود صنایع غذایی کاملاً مشهود است ولی برای دستیابی به نتایج مطلوب در برنامه‌ریزی‌های کلان و خرد توسعه صنعت غذا، بایستی بیش از پیش مدنظر قرار گیرد.

تجربه تعدادی از کشورهای در حال پیشرفت نشان می‌دهد که گسترش و حمایت از این صنعت علاوه بر اینکه نقش حیاتی در توسعه بخش کشاورزی دارد، سبب ایجاد رفاه در زندگی مردم نیز می‌گردد. پیوند بین بخش صنعت و کشاورزی در کشورهای در حال توسعه در مقایسه با کشورهای توسعه‌یافته ضعیف‌تر است، این در حالی است که گذار از کشاورزی سنتی به اقتصادی پویا در کشورهای در حال توسعه ارتباط تنگاتنگ بین کشاورزی و صنعت را طلب کرده و از اهداف کلیدی توسعه اقتصادی محسوب می‌شود. به‌طور متوسط جمعیت کره زمین هر ساله ۱/۷ درصد رشد می‌کند. پیش‌بینی می‌شود

کشت فعلی و مصرف نهاده‌های کشاورزی نیز امکان‌پذیر بوده و حتی می‌توان مواد غذایی مورد نیاز تا چهار برابر جمعیت فعلی جهان را تامین کرد، مشروط بر اینکه روش‌های تولید، نگهداری، توزیع و مصرف مواد غذایی بر اساس اصول نوین علمی صورت گیرد و حتی‌الامکان از ضایعات مواد غذایی جلوگیری شود. با توجه به مطالب ذکر شده، نقش و اهمیت صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی در راستای نگهداری و فرآوری مناسب و جلوگیری از ضایعات، برای توسعه این بخش، کاملاً آشکار می‌شود. بررسی‌های برخی کارشناسان نشان می‌دهد که با وجود امکانات بالقوه فراوان و تولید انواع محصولات کشاورزی در کشور به دلیل فقدان صنایع تبدیلی و تکمیلی کافی در بخش کشاورزی و همچنین صنایع بسته‌بندی و نگهداری مناسب و کافی و یکپارچه و مکانیزه نبودن اراضی کشاورزی و عدم احداث صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی در مناطق عمده تولید محصولات، مقدار زیادی از این تولیدات در اثر حمل‌ونقل و نگهداری طولانی و نامناسب ضایع می‌شود و از بین می‌رود. ایجاد این صنایع در بلندمدت و کوتاه‌مدت منفعت‌های بسیاری برای کشاورزان خواهد داشت و گسترش این صنعت باعث تثبیت سطح درآمد و افزایش سود کشاورزان می‌شود و علاوه بر این شرایطی فراهم خواهد شد که در زمان افزایش تولید محصولات و کاهش تقاضا برای تولیدات خام، مانع از ضایع شدن آن و نوسانات منفی قیمت می‌شود. بالا رفتن ارزش افزوده علاوه بر توانمندی کشور به‌طور غیر مستقیم تولیدکننده را در جهت توسعه بخش کشاورزی بهره‌مند می‌کند و درازمدت منافع آن‌ها را تثبیت و تداوم می‌بخشد. در فرآوری، ایران جز کشورهای پیشرفته محسوب نمی‌شود که همین امر خسارات فراوانی را متوجه کشورمان ساخته است. توسعه صنایع باهدف عرضه در بازار داخلی و سرمایه‌گذاری بدون توجه به ظرفیت‌های موجود و نیازها و تقاضاهای بازار، باعث بلا استفاده ماندن بخشی از ظرفیت تولید و افزایش هزینه‌های صنایع تبدیلی می‌گردد و نشانگر عدم برنامه‌ریزی درست است. از الزامات موفقیت در هر فعالیت، برنامه‌ریزی می‌باشد. تهیه برنامه به‌عنوان یک اصل بایستی در ابتدا هر فعالیتی در دستور کار قرار گیرد. تدوین برنامه‌ریزی اولین و مهم‌ترین گام برای دستیابی به نتایج مطلوب است. بسته به فعالیت‌ها، برنامه‌ریزی می‌تواند بلندمدت، میان‌مدت یا کوتاه‌مدت باشد. در این راستا مدیریت صنایع تبدیلی ضمن تهیه سند توسعه صنایع تبدیلی و غذایی تا ۱۴۰۱ نسبت به تهیه برنامه سالانه کوتاه‌مدت برای استفاده از فرصت‌های موجود اقدام نمود. بر اساس برنامه‌ریزی انجام‌شده، صدور ۶۳ فقره پروانه بهره‌برداری با جذب ماده خام ۲۸۱ هزار تن با ایجاد اشتغال ۶۷۶ نفر در دستور کار قرار گرفت. در برنامه تدوین شده ایجاد ۲۵ واحد سردخانه، ۱۴ واحد صنایع بسته‌بندی، یک واحد صنعتی گیاهان دارویی و ۲۳ واحد سایر صنایع، در دستور کار قرار گرفت. تا پایان آبان ماه سال جاری، تعداد ۴۸ واحد صنعتی با جذب ماده خام ۱۵۶ هزار تن صادر شده که از این تعداد ۱۱ واحد سردخانه، ۱۸ واحد بسته‌بندی مواد غذایی، ۲ واحد فرآوری و بسته‌بندی گیاهان دارویی و ۱۷ واحد صنعتی سایر صنایع ایجاد شده است. اشتغال ایجادشده در این واحدها ۴۲۵ نفر می‌باشد. در حال حاضر ۸۲۲ واحد صنایع کشاورزی با جذب ماده خام سالانه بیش از ۵ میلیون و ۵۷ هزار تن وجود دارد که سبب کاهش ضایعات بالغ بر ۶۵۰ هزار تن و اشتغال دائم ۱۰۹۸۳ نفر گردیده است. گفتنی است که استان فارس از نظر ظرفیت و جذب ماده خام رتبه دوم کشوری را دارا می‌باشد. با توجه به اینکه در استان فارس زمینه لازم برای احداث کارخانجات صنایع غذایی با توجه به وجود ماده خام ورودی به کارخانجات فراهم می‌باشد، در صورت فراهم شدن بستر لازم از نظر ابلاغ تسهیلات در زمان مناسب با نرخ سود تک رقمی، شرایط ایجاد کارخانجات جدید متناسب با مواد تولیدی بخش کشاورزی بیش از پیش فراهم خواهد شد.

#### گردآوری: لیلا حقیقت

معاون مدیریت صنایع تبدیلی و غذایی  
سازمان جهاد کشاورزی استان فارس



تا اواخر سال ۲۰۵۰ جمعیت جهان به بیش از هشت و نیم میلیارد نفر برسد که به این ترتیب اگر در سال ۱۹۷۶ تولید ۳/۳ میلیارد تن مواد غذایی می‌توانست تا حدی جوابگوی نیازهای غذایی مردم باشد. برای هشت میلیارد نفر حتی در صورت ثابت ماندن مصرف سرانه حداقل به ۶/۴ میلیارد تن مواد غذایی نیاز خواهد بود.

به این ترتیب انسان‌ها باید بتوانند در ۳۰ سال آینده حداقل دو برابر میزان فعلی، مواد غذایی تولید کنند. اعتقاد کارشناسان بر این است که این امر با استفاده از اراضی زیر

## نکات طلایی در احداث کارخانه مواد غذایی

### ■ چگونگی حمل و نقل

احداث کارخانه تولیدی باید در مناطق مجاز اعلام شده از سوی اداره محیط زیست باشد. یکی از مهم‌ترین موضوع‌ها درباره تأثیر شرکت تولیدی مواد غذایی روی محیط زیست، حمل و نقل و دفع فاضلاب است. بیشتر کارخانه‌های مواد غذایی، به خصوص آن‌هایی که در فرآیند میوه و سبزی، لبنیات و نوشابه فعالیت می‌کنند، آب زیادی مصرف می‌کنند.

فاصله کارخانه‌های صنایع غذایی از واحدهای آلاینده، مانند کارگاه‌های ریخته‌گری، صنایع شیمیایی، کشتارگاه و غیره نباید کمتر از هزار متر باشد. این فاصله با توجه به شرایط توپوگرافی و وزش باد می‌تواند افزایش یابد.

امروزه شهرک‌های صنعتی در مساحت و مترها‌های صنعتی بزرگ در نقاط مختلف کشورمان تاسیس شده‌اند که محلی مناسب برای تاسیس کارخانه‌های تولید مواد غذایی هستند. امتیاز این شرکت‌ها عبارت‌اند از:

- قرار گرفتن در مسیر جاده‌های اصلی؛
- قرار گرفتن در مسیر خط انتقال گاز؛
- نزدیک بودن به مناطق مسکونی و امکان استفاده از امکانات آن‌ها؛
- دارای امکانات زیربنایی آب، برق، تلفن (امکان پوشش تلفن همراه)، سیستم‌های فاضلاب و فضای سبز؛
- امکان استفاده از تسهیلات بانکی و دولتی.

### ■ مراحل اداری احداث و بهره‌برداری واحد تولیدی غذایی

- تاسیس شرکت (اداره کل ثبت شرکت‌ها و مالکیت صنعتی)؛
- ثبت نام تجاری (اداره کل ثبت شرکت‌ها و مالکیت صنعتی)؛

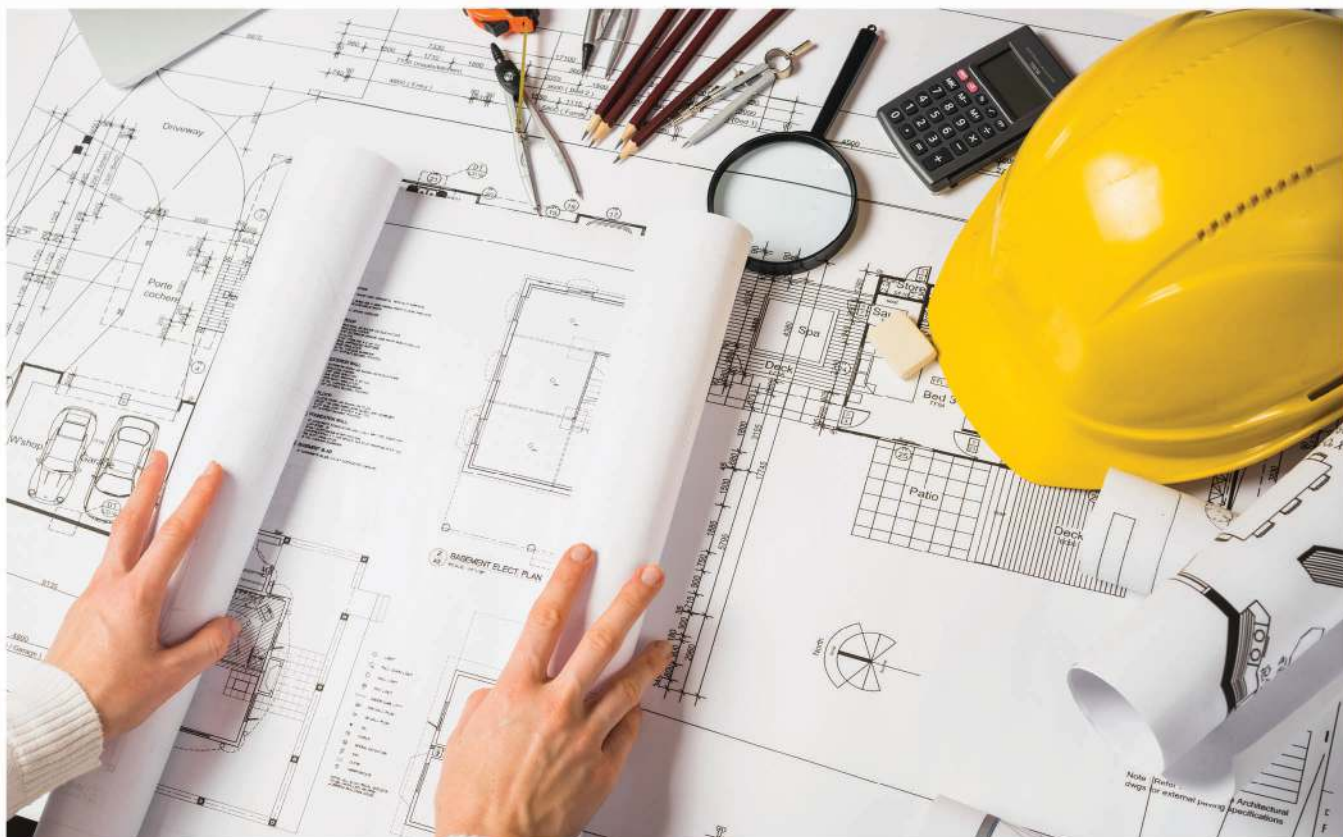
### ■ مطالعات قبل از اجرای طرح

قبل از هر اقدامی، از جمله خرید زمین، احداث بنا و غیره لازم است مطالعات گسترده‌ای را در زمینه تولید کالای مورد نظر انجام دهیم؛ از جمله شناخت ویژگی‌های محصول، مطالعه بازار مواد اولیه و بازار مصرف، میزان واردات و صادرات محصول، میزان تولید محصول در کشور به خصوص در شعاع بازار مصرف مورد نظر، تکنولوژی تولید، میزان و نوع ماشین‌آلات، کلیه تجهیزات و تاسیسات مورد نیاز و مواردی مشابه فوق که پس از انجام مطالعات دقیق، در صورتی که جواب‌های مثبت دریافت کردیم، مراحل بعدی واحد صنعتی را بررسی می‌کنیم.

### ■ مطالعات محل اجرای طرح

محل یک کارخانه تأثیر مهمی بر کارایی و در بسیاری موارد، بر کیفیت محصول تولید شده در آن دارد. بررسی و انتخاب محل مناسب برای اجرای طرح؛ به نحوی که از جهات فنی امکان پذیر و از جهات اقتصادی با صرفه باشد کاملاً ضروری و اجتناب ناپذیر است؛ با توجه به اینکه مطالعه درباره اجرای طرح از جهات گوناگون از قبیل بازار و جهات فنی و مالی حایز اهمیت است. عوامل زیادی در تصمیم‌گیری برای انتخاب محل موثرند که عبارت‌اند از:

- نزدیکی به بازار؛
- نزدیکی به مواد اولیه؛
- در دسترس بودن نیروی کار؛
- خدمات جانبی مثل آب، گاز و غیره؛
- انگیزه‌های مالی، اهدای تسهیلات، هزینه زمین و غیره.





**بخش‌های سرویس‌دهنده به تولید**

دفاتر اداری و آزمایشگاه‌ها، بخش دیگری از تأسیسات کارخانه هستند. معمولاً دفاتر از کارخانه جدا بوده، اما آزمایشگاه در کنار آن قرار دارد. بخش کمک‌های اولیه باید به صورت واحدی مستقل باشد و بخش‌های تعمیرات و انبارهای مواد اولیه و غیره نیز باید از سالن‌های تولید جدا باشند. این واحدها باید طوری طراحی شوند که امکان توسعه و گسترش آن‌ها در آینده فراهم باشد.

**فاضلاب کارخانه‌های مواد غذایی**

فاضلاب کارخانه‌های مواد غذایی شامل مواد اولیه یا محصول نهایی فاسد، آب‌های کندانس یا خشک‌کننده، آب‌های سیستم‌های انتقال یا شست‌وشوی میوه یا سبزی‌ها، آب‌های مصرفی در فرآیند تولید، مواد پاک‌کننده در شست‌وشوی دستگاه‌ها یا کف کارخانه، تخلیه محصول، سرریز مخازن و قسمت‌های مختلف استفاده از محصول است.

در سالن تولید بایستی برای دفع فاضلاب، کانال‌های خاصی در کف ایجاد کنیم. این کانال‌ها باید کشش کافی برای شست‌وشو را داشته باشند. اگر فاضلاب‌ها حاوی مواد سلولزی مثل کارخانه‌های تولید کمپوت باشند، می‌توان فاضلاب را روباز طراحی کرد؛ اما درباره فاضلاب پروتئینی و چربی‌مانند کارخانه‌های لبنیات، بایستی سیستم فاضلاب پوشیده باشد و چربی‌گیری سریع انجام شود.

**یک طراح صنعتی باید موارد زیر را رعایت کند**

ساختمان کارگاه باید مناسب با آب‌وهوای محل طراحی ساخته شود. کارگاه باید در زمینی خشک بنا شود، کف و دیوارها باید طوری ساخته شود که رطوبت در آن نفوذ نکند. دیوارها علاوه بر استحکام، از نفوذ حرارت، صدا و سایر عوامل زیان‌بار جلوگیری کنند. کف کارگاه باید هموار و بدون حفره بوده و قابلیت شست‌وشو داشته باشد، کف کارگاه نباید باعث لغزیدن افراد شود. ساختمان کارگاه باید به تناسب وسعت و تعداد کارگران، درب و پنجره داشته باشد.

گردآوری: مصطفی بیان

- دریافت پروانه تاسیس از وزارت صنعت، معدن و تجارت یا جهاد کشاورزی؛
- دریافت پروانه بهره‌برداری از وزارت صنعت، معدن و تجارت یا جهاد کشاورزی؛
- دریافت پروانه تاسیس از وزارت بهداشت؛
- دریافت پروانه بهره‌برداری از وزارت بهداشت؛
- دریافت پروانه مسوول فنی از وزارت بهداشت؛
- دریافت پروانه ساخت از وزارت بهداشت؛
- دریافت پروانه کاربرد علامت استاندارد؛
- تولید و عرضه محصول به بازار.

**طراحی بخش‌های مختلف کارخانه**

اولین قدم در طراحی ساختمان تولید، تهیه فضای کافی جهت ماشین‌آلات، پلکان و سکو، فضا برای مواد فراوری و بسته‌بندی، تانکرها و مخازن و فضا جهت تجهیزات ثابت حمل‌ونقل است.

**انبارها و بخش‌های وابسته**

در یک کارخانه غذایی، بسته به نوع تولیدات، انبارهای مختلفی ساخته می‌شوند که از آن جمله می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- انبار مواد اولیه مانند شیشه، قوطی، برجسب، انواع ادویه، شکر و غیره؛
- انبار مواد شیمیایی مانند سولفورها، مواد رنگی، رسوبات، سود سوزآور، مواد شست‌وشوکننده و ضدعفونی‌کننده؛
- انبار وسایل یدکی و وسایل کوچک؛
- انبار وسایل تولیدشده.

سهام هریک از این انبارها به نوع کار واحد تولیدی بستگی دارد. در کارخانه‌های محصولات کنسروی و فرآورده‌های فصلی، پیشنهاد می‌شود سهم انبار فرآورده‌های مختلف تولیدشده، ۵۰ درصد ظرفیت کل تولید سال باشد. گرچه این فضا زیاد به نظر می‌رسد، ولی در بسیاری از موارد اولیه و بسته‌بندی در مدت کوتاه، فضای اضافی را بسیار مفید می‌سازد. برای انبارها باید درهای بلند و بزرگ برای ورود و خروج کامیون پیش‌بینی شود.

## اخبار جهانی



پایدار فعالیت می‌کند. کمیته نوبل نروژ پس از وخبیم شدن شرایط طی سال‌های اخیر، تصمیم گرفت امسال بحران گرسنگی را برجسته کند. در این گزارش آمده است که در سال ۲۰۱۹، ۱۳۵ میلیون نفر از گرسنگی حاد رنج می‌برند، که بالاترین رقم در سال‌های گذشته است. بیشتر این افزایش ناشی از جنگ و درگیری مسلحانه بوده است. جایزه صلح نوبل سال گذشته به ابی احمد، نخست‌وزیر اتیوپی، برای تلاش او به منظور پایان دادن به تقریباً دو دهه درگیری با ریتره اهدا شد.

کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران - مهر ۱۳۹۹

### فروش گوشت مصنوعی مجوز گرفت

سنگاپور به استارت‌آپ آمریکایی «ایت جاست» برای فروش گوشت مرغ پرورش یافته در آزمایشگاه چراغ سبز نشان داد. این نخستین موافقت رگولاتوری در جهان با فروش گوشت به اصطلاح پاک است که از کشتار دام و طیور تولید نمی‌شود. به نقل از خبرگزاری ایسنا، «جاش تتریک»، مدیرعامل و یکی از موسسان شرکت «ایت جاست»، اعلام کرد این گوشت که به عنوان ناگت فروخته می‌شود، در آینده نزدیک در رستورانی در سنگاپور به قیمت گوشت مرغ ممتاز عرضه خواهد شد. تقاضا برای جایگزینی گوشت‌های تولید کشتارگاه به دلیل نگرانی درباره سلامت حیوانات و محیط زیست افزایش پیدا کرده است. جایگزین‌های گیاهی که از سوی شرکت‌هایی مانند «بیاند میت»، «ایمپاسیبل فودز» و Quorn ترویج پیدا کرده‌اند، به وفور در قفسه‌های سوپرمارکت‌ها و منوی رستوران‌ها مشاهده می‌شوند؛ اما گوشت پاک یا گوشت پرورشی که از سلول‌های ماهیچه حیوانات در یک آزمایشگاه پرورش داده می‌شود، با توجه به هزینه بالای تولید در مرحله نوپا قرار دارد.

خبرگزاری ایسنا - آذر ۱۳۹۹

### فائو ۲۰۲۱ را سال میوه و سبزی‌ها نام‌گذاری کرد

سال ۲۰۲۱ قرار است سال میوه و سبزی‌ها باشد. شیوع کرونا و پرننگ شدن اهمیت سیستم ایمنی بدن از یک طرف و نیاز به کاهش اتلاف مواد غذایی از طرف دیگر، باعث شده است فائو سال آینده را به میوه و سبزی‌ها اختصاص دهد. قرار است در ۲۰۲۱ به کمک ابتکارات و فناوری‌های جدید، مواد غذایی سالم و پایدار تولید شوند و اتلاف مواد غذایی کاهش پیدا کند. در واقع سال ۲۰۲۱ به آگاهی درباره اهمیت نقش میوه و سبزی‌ها در تغذیه، امنیت غذایی و سلامتی انسان‌ها اختصاص داده شده است. فائو مانند سایر شاخه‌های سازمان ملل و سازمان‌های مشترک، سال نو میلادی را با یک رویداد مجازی جشن خواهد گرفت. «کودنگیو»، دبیر کل فائو گفته است ابتکار جدید این سازمان فرصتی برای افزایش آگاهی جهانی در این زمینه فراهم می‌کند. همه‌گیری کرونا به چالشی برای افراد تبدیل شده است تا راه‌های جدیدی برای مقابله با گرسنگی و سوء تغذیه پیدا کنند. در این زمینه اشاره‌هایی هم به نقش تکنولوژی در بهبود تغذیه و فرصت‌ها در بازار شده است. به گفته دبیر کل فائو، در شرایط فعلی که با بحران سلامتی در سراسر جهان مواجهیم، باید رژیم‌های غذایی سالم را در پیش بگیریم تا سیستم ایمنی بدنمان را تقویت کنیم. به این

### قهوه خطر ابتلا به پارکینسون را کاهش می‌دهد

طبق گزارش جدید محققان، کافئین موجب کاهش خطر بیماری پارکینسون در افرادی می‌شود که دارای جهش ژنی مرتبط با این اختلال حرکتی هستند. به نقل از خبرگزاری مهر، دکتر «گریس کراتی»، سرپرست تیم تحقیق از بیمارستان عمومی ماساچوست، در این باره می‌گوید: «نتایج این مطالعه بسیار جالب است. ممکن است از میزان کافئین موجود در خون به عنوان نشانگر زیستی برای کمک به شناسایی افراد دارای ژن ابتلا به بیماری پارکینسون استفاده شود.» مطالعات قبلی نشان داده‌اند که کافئین در افرادی که فاکتورهای خطر ژنتیکی ندارند، می‌تواند از ابتلا به پارکینسون جلوگیری کند. این مطالعه جدید با تمرکز بر جهش ژن LRRK2 که خطر ابتلا به پارکینسون را افزایش می‌دهد، بوده است. همه افراد مبتلا به این جهش ژنی به بیماری پارکینسون مبتلا نمی‌شوند؛ از این رو دانشمندان در تلاش برای شناسایی سایر عوامل ژنتیکی یا محیطی که در آن نقش دارند، هستند. این مطالعه شامل ۱۸۸ بیمار مبتلا به پارکینسون و ۱۸۰ فرد فاقد این بیماری بود. هر دو دارای افرادی با جهش ژن LRRK2 و بدون آن بودند. در بین افراد دارای این جهش ژنی، افراد مبتلا به پارکینسون در مقایسه با افراد فاقد پارکینسون، غلظت کافئین خونشان، ۷۶ درصد کمتر بود. در بین افراد فاقد این جهش ژنی، افراد مبتلا به پارکینسون در مقایسه با افراد فاقد پارکینسون، غلظت کافئین خونشان ۳۱ درصد کمتر بود. محققان دریافتند افراد مبتلا به پارکینسون دارای جهش ژنی، در مقایسه با افراد دارای جهش ژنی و فاقد جهش ژنی که مبتلا به پارکینسون نبودند، میزان مصرف کافئین روزانه‌شان ۴۱ درصد کمتر بود.

کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران - مهر ۱۳۹۹

### جایزه صلح نوبل به «برنامه جهانی غذا» رسید

سازمان برنامه جهانی غذا به دلیل تلاش خود برای مبارزه با گرسنگی در مناطق مختلف جهان به‌ویژه در کشورهای جنگ‌زده، جایزه صلح نوبل ۲۰۲۰ را دریافت کرد. کمیته نوبل نروژ در بیانیه‌ای اعلام کرد: این سازمان به‌خاطر «کمک به بهبود شرایط در جهت ایجاد صلح در مناطق درگیر، همچنین به‌عنوان یک نیروی محرکه در جهت جلوگیری از استفاده از گرسنگی به عنوان یک سلاح جنگی» مورد تقدیر قرار گرفته است. این کمیته گفت: نیاز به همبستگی بین‌المللی و همکاری چندجانبه بیش از هر زمان دیگری آشکارتر است. برنامه جهانی غذا بزرگ‌ترین گروه بشردوستانه در جهان است که به‌طور خاص گرسنگی را برطرف و در جهت امنیت غذایی تلاش می‌کند.

بر اساس این گزارش، برنامه جهانی غذا سال گذشته حدود ۱۰۰ میلیون نفر را در ۸۸ کشور در مواجهه با «ناامنی حاد غذایی و گرسنگی» پوشش داد و به آن‌ها کمک کرد. این سازمان همچنین یک نهاد اصلی است که سازمان ملل متحد از طریق آن برای آزرین بردن گرسنگی به‌عنوان یکی از اهداف توسعه

تبدیلی گفت: در هفت ماهه سال جاری صادرات محصولات عمده شیری، شکلات و فراورده های غلات نسبت به مدت مشابه سال گذشته از نظر ارزشی ۵ درصد و به لحاظ وزنی ۱۳ درصد افزایش داشته است.

به گزارش شاتا، به نقل از سازمان توسعه تجارت ایران، محمود بازاری با اعلام این خبر اظهار داشت: با توجه به اهمیت محصولات این صنعت در سید صادرات غیر نفتی کشور، می توان با اتخاذ سیاست های هماهنگ در حوزه مدیریت صادرات غیر نفتی و رفع موانع بر سر راه بنگاه های صادراتی از جمله ورود موقت مواد اولیه، تامین مواد اولیه، نقدینگی و سرمایه در گردش به عملکردهای بالاتری در صادرات این محصولات دست یافت.

او افزود: به دلیل وجود ظرفیت های خالی در بخش تولید، ارزش صادرات این محصولات طی سال های اخیر بین ۵۰۰ الی ۶۰۰ میلیون دلار بوده که با برنامه ریزی برای تکمیل ظرفیت های خالی، تسهیل ورود موقت مواد اولیه و انعقاد توافق نامه های تجارت ترجیحی با بازارهای هدف می توان به هدف یک میلیارد دلار صادرات سالانه رسید.

سازمان توسعه تجارت ایران - آبان ۱۳۹۹

ترتیب سال جدید می تواند فرصتی برای افزایش آگاهی در زمینه مصرف میوه و سبزی ها و بهبود زیرساخت های کشاورزی برای تولید این محصولات باشد. «آنتونیو گوترش»، دبیر کل سازمان ملل، هم در پیامی به لزوم توجه به نظام مواد غذایی و شکنندگی این نظام اشاره کرده است. میوه ها و سبزی ها منبع فیبر، ویتامین، مواد معدنی و سایر مواد مغذی هستند. فائو و سازمان بهداشت جهانی هم بارها توصیه کرده اند، افراد بزرگسال روزانه دست کم ۴۰۰ گرم میوه و سبزی مصرف کنند. مصرف این مواد می تواند مانع بروز بیماری هایی نظیر سرطان، دیابت، بیماری های قلبی و چاقی شود. به دنبال شیوع کرونا، این مساله اهمیت بیشتری پیدا کرده است.

فودنا، شبکه خبری صنایع غذایی ایران - آذر ۱۳۹۹

## افزایش صادرات محصولات شیری و شکلات و فراورده های غلات

مدیر کل دفتر هماهنگی صادرات محصولات کشاورزی و صنایع

## اخبار مله



### صادرات محصولات لبنی ۷۰ درصد سال های گذشته است

ظفری گفت: به رغم تمامی مشکلات پیش روی تولید، ۷۰ درصد سال های گذشته به بازارهای هدف، محصولات لبنی صادر شده است. علی احسان ظفری، مدیرعامل اتحادیه تعاونی های لبنی، درباره آخرین جزییات توزیع شیر مدارس اظهار کرد: در سال گذشته قرار شد شیر مدرسه در هشت استان کمتربرخوردار توزیع شود؛ به همین خاطر دولت باید منابعی را به این امر تخصیص می داد. او افزود: در ابتدا قرار شد اتحادیه لبنی با کارخانه ها قراردادی منعقد کند تا شیر در هشت استان کمتربرخوردار توزیع شود و کار به اجرا برسد که با واریز پول به آموزش و پرورش در جلسه اعلام کردند مصوبات را قبول ندارند و خودشان اقدام به توزیع می کنند. بنابر آخرین آمار تنها در دو تا سه نوبت توزیع صورت گرفته است. ظفری با بیان اینکه آموزش و پرورش مطالبات کارخانه ها را که مربوط به سال گذشته است، هنوز پرداخت نکرده، گفت: چندین سال است که وزارت آموزش و پرورش بودجه توزیع شیر مدارس را می گیرد، اما گویا در بخش های دیگر تغذیه استفاده می کند. حداکثر نرخ خرید هر کیلو شیر خام از دامدار پنج هزار و ۱۰۰ تومان است. این مقام مسوول قیمت کنونی خرید هر کیلو شیر خام را چهار هزار و ۸۰۰ تا پنج هزار و ۱۰۰ تومان اعلام کرد. مدیرعامل اتحادیه تعاونی لبنی با اشاره به اینکه صنعت لبنیات تعریفی ندارد، بیان کرد: گرچه تولیدکنندگان در تلاش هستند که روی پای خود بایستند، اما دولتمردان نگاه چندانی به تولید ندارند. ظفری در پایان درباره آخرین وضعیت صادرات محصولات لبنی تصریح کرد: به رغم تمامی مشکلات سدر راه تولید، ۶۰ تا ۷۰ درصد سال های قبل محصولات لبنی صادر شده است که با این وجود نمی توان گفت رشد صادرات داشته ایم؛ چراکه مقداری صادرات افت کرده است.

صنایع غذایی ایران (فودنا) - آذر ۱۳۹۹

### پیش بینی صادرات ۶۰۰ میلیون دلاری شیری و شکلات برنامه ای برای افزایش قیمت نداریم

به گزارش کانون انجمن های صنایع غذایی ایران از باشگاه خبرنگاران جوان، جمشید مغازه ای، دبیر انجمن صنایع بیسکویت، شیری و شکلات، با اشاره به اینکه مشکلات تولیدکنندگان صنعت شیری و شکلات همچنان به قوت خود باقی است، اظهار کرد: در حال حاضر تولیدکنندگان شیری و شکلات با معضل تامین روغن روبه رو هستند.

او از ثبات قیمت شیری و شکلات خبر داد و گفت: هم اکنون تولیدکنندگان سود خود را در سید فروش می بینند. همواره به علت لوکس بودن کالا در سید مصرفی خانوار، تصمیمی مبنی بر افزایش قیمت نداریم.

مغازه ای ادامه داد: با استمرار نوسان قیمت مواد اولیه، کارخانه ها چاره ای جز افزایش قیمت محصولات خود ندارند؛ هر چند هم اکنون برنامه ای مبنی بر گرانی در دستور کار نیست. این مقام مسوول درباره آخرین وضعیت صادرات شیری و شکلات بیان کرد: در حال حاضر مرز عراق به سبب شیوع ویروس کرونا و اربعین حسینی بسته است؛ اما سایر مرزها باز است و تنها به دلیل توقف زیاد نمی توانیم به تعهدات خود پایبند باشیم.

به گفته او، برآوردها حاکی از آن است که تا پایان سال مجموع صادرات به ۵۵۰ تا ۶۰۰ میلیون دلار می رسد؛ چراکه پیک صادرات و فروش محصولات در شش ماهه دوم سال است. دبیر انجمن صنایع شیری و شکلات ایران در پایان تصریح کرد: بنابر آمار در شش ماهه نخست سال مجموع صادرات شیری و شکلات به بازارهای هدف ۲۰۰ میلیون دلار بوده که اگر در شش ماهه دوم سال ۴۰۰ میلیون دلار دیگر کالا صادر شود، به رقم سال گذشته رسیده ایم.

انجمن های صنایع غذایی ایران - مهر ۱۳۹۹

PDF Compressor Free Version

حمل و نقل جاده‌ای در راستای تسریع در انتقال مواد اولیه به واحدهای تولیدکننده روغن نباتی صورت گرفت.  
وزارت صنعت، معدن و تجارت استان فارس - آذر ۱۳۹۹

**قیمت بسته‌بندی‌های مختلف روغن را روی سامانه ۱۲۴ ملاحظه کنید**

معاون سازمان حمایت مصرف‌کنندگان گفت: قیمت بسته‌بندی‌های مختلف روغن از سوی سازمان حمایت محاسبه و در سامانه ۱۲۴ بارگذاری می‌شود. به گزارش خبرگزاری مهر، سید داوود موسوی اظهار داشت: تصویب حداکثر افزایش قیمت مصرف‌کننده انواع روغن در بسته‌بندی‌های مختلف در ستاد تنظیم بازار با توجه به افزایش قیمت روغن خام و سایر هزینه‌ها از جمله ملزومات بسته‌بندی و ورق و همچنین افزایش قیمت جهانی انواع روغن (مورد تایید کمیته ارزی) بوده است.

معاون سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان افزود: ستاد تنظیم بازار حداکثر افزایش قیمت مصرف‌کننده انواع روغن در بسته‌بندی پت را ۱۰ درصد و سایر انواع بسته‌بندی‌ها را ۱۳ درصد اعلام کرد. او ادامه داد: بر این اساس، قیمت احجام و بسته‌بندی‌های مختلف روغن از سوی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان محاسبه و در سامانه ۱۲۴ بارگذاری می‌شود. معاون نظارت بر کالاهای مصرفی و شبکه‌های توزیعی و اقتصادی سازمان حمایت تصریح کرد: قیمت هر کیلوگرم روغن خام سویا و پالم در مبادی ورودی ۵۵ هزار ریال و قیمت هر کیلوگرم روغن خام آفتاب و کلزا در مبادی ورودی نیز ۶۰ هزار ریال تعیین شد.

سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان - آذر ۱۳۹۹

**تعیین قیمت نوشیدنی‌ها برعهده واحدهای تولیدی است**

مدیرکل نظارت بر محصولات کشاورزی و مواد غذایی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان با بیان اینکه تعیین قیمت انواع نوشیدنی و آب معدنی برعهده واحدهای تولیدی است، گفت: مردم قیمت‌های نامتعارف را گزارش دهند تا پیگیری کنیم.

به گزارش خبرنگار اقتصادی خبرگزاری فارس، کاربران سامانه «فارس من» با درج سوزنه (گرانی به نوشابه و آب معدنی رسید) خواهان پاسخگویی مسوولان درباره افزایش قیمت این کالاهای مصرفی شدند. در این رابطه علیرضا رستمی، مدیرکل نظارت بر محصولات کشاورزی و مواد غذایی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، به خبرنگار فارس گفت: براساس مصوبات موجود قیمت‌گذاری کالا و خدمات منحصر به کالاهای اساسی و یارانه‌ای است.

او افزود: بنابراین سایر اقلام از جمله انواع نوشیدنی مثل آب معدنی، نوشابه و آبمیوه، کنسرو، کمپوت و انواع سس با رعایت ضوابط قیمت‌گذاری مصوب هیات تعیین و تثبیت قیمت‌ها و رعایت درصدهای سود پخش، عمده فروشی و خرده فروشی مصوب کمیسیون هیات عالی نظارت رأساً توسط واحدهای تولیدی، خدماتی و بازرگانی صورت می‌گیرد. مدیرکل نظارت بر محصولات کشاورزی و مواد غذایی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان بیان داشت: در صورت افزایش غیرمتعارف قیمت یا دریافت شکایت، از طریق مراجعه حضوری یا ثبت در سامانه ۱۲۴ پیگیری و برخورد قانونی با موارد تخلف صورت می‌گیرد.

سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان - مهر ۱۳۹۹

**نشست دوساعته اعضای انجمن صنایع فراورده‌های لبنی ایران با وزیر صنعت نیاز مردم بدون هیچ دغدغه‌ای تامین می‌شود**

اعضای انجمن صنایع فراورده‌های لبنی ایران در نشست دوساعته با وزیر صنعت، معدن و تجارت، ضمن بیان نقطه نظرات خود و تبیین مشکلات موجود، اطمینان خاطر دادند که نیاز بازار بدون هیچ دغدغه و نگرانی تامین می‌شود. به گزارش شاتا، وزیر صمت در این نشست دوساعته، با تاکید بر اینکه تامین کالاهای اساسی در سطح بازار یکی از مهم‌ترین اولویت‌های این وزارتخانه محسوب می‌شود، به مردم اطمینان خاطر داد که نگران تامین کالاهای موردنیاز خود نباشند.

علیرضارزم حسینی اظهار کرد: تولیدکنندگانی که در شرایط سخت کنونی، به امر مقدس تولید مبادرت می‌ورزند، مجاهدان اقتصادی هستند که باید مورد حمایت قرار گیرند. او تصریح کرد: ایجاد شغل و توانمندسازی اقتصادی، مقدس‌ترین کار در کشور به خصوص در شرایط سخت کنونی بوده و کار تولیدکنندگان مقدس و قابل تقدیر است. وزیر صنعت، معدن و تجارت افزود: در شرایط موجود انتظار می‌رود صدواوسیمیا و دیگر رسانه‌ها در جهت ایجاد آرامش در بازار گام بردارند؛ ضمن اینکه مردم هم نباید دغدغه و نگرانی بابت تامین کالاهای موردنیاز خود داشته باشند. او ادامه داد: وزارت صنعت، معدن و تجارت بر اساس تکالیف قانونی مصرح در قانون بهبود فضای کسب و کار، برای صدور بخشنامه‌ها، نظر مشورتی انجمن‌ها، تشکل‌ها و بخش خصوصی را دریافت خواهد کرد.

گفتنی است: تولیدکنندگان و فعالان صنعت فراورده‌های لبنی کشور هم در این جلسه نقطه نظرات و پیشنهادهای خود را برای عبور از شرایط موجود و رفع مشکلات بیان کردند و در عین حال تاکید داشتند که نیاز بازار بدون هیچ دغدغه و نگرانی تامین می‌شود. به گفته اعضای انجمن صنایع فراورده‌های لبنی ایران، ظرفیت خوبی در حوزه تولید فراورده‌های لبنی در کشور وجود دارد و بابت تامین نیاز مردم جای نگرانی نیست.

وزارت صنعت، معدن و تجارت استان فارس - آبان ۱۳۹۹

**معاون امور صنایع؛ میزان انجمن صنایع روغن نباتی قدردانی از اقدامات ستاد تنظیم بازار و انجمن صنفی روغن نباتی برای تامین نیاز روغن موردنیاز خانوار**

در نشست مشترک معاون امور صنایع وزارت صمت با انجمن صنایع روغن نباتی ضمن بررسی مهم‌ترین چالش‌های پیش روی این صنعت، تسریع در تامین ارز موردنیاز برای واردات مواد اولیه، مورد تاکید قرار گرفت. مهدی صادقی، معاون امور صنایع وزارت صمت، در این نشست مشترک با تاکید بر ضرورت تداوم تولید مناسب روغن موردنیاز صنف و صنعت و خانوار، ضمن قدردانی سریع از اقدامات دولت و انجمن صنفی روغن نباتی برای تامین نیاز بازار در ماه اخیر، خواستار اتخاذ تمهیدهایی برای افزایش ذخایر موردنیاز صنایع روغن نباتی شد. او با تشریح وضعیت تولید روغن در سال جاری و مقایسه آن با سال گذشته افزود: روند تولید با توجه به آمارهای اعلامی، مناسب بوده و بازار نباید با کمبودی مواجه باشد.

معاون امور صنایع وزارت صمت ضرورت تامین مواد اولیه موردنیاز این صنعت را که از مهم‌ترین دغدغه‌های تولیدکنندگان در این بخش بود، مورد تاکید قرارداد و مقرر شد پیشنهادهای این تشکل تخصصی برای تامین مواد اولیه و تامین ارز موردنیاز به‌منظور واردات روغن خام مورد بررسی قرار گیرد. گفتنی است، در این نشست که با حضور نمایندگان از انجمن صنایع روغن نباتی برگزار شد، علاوه بر تاکید بر ضرورت تامین مواد اولیه و اتخاذ تمهیدهایی برای تامین ارز از سوی بانک مرکزی، موضوعات مربوط به حمل و نقل مواد اولیه از بنادر جنوبی نیز مورد بررسی قرار گرفت و راهکارهای لازم در تماس تلفنی با رییس محترم سازمان راهداری و



## اخبار استانی



### استانداردسازی رب گوجه فرنگی در فارس

به گزارش روابط عمومی سازمان جهاد کشاورزی در استان فارس، سید عبدالله جزایری در نشست هم اندیشی «استانداردسازی رب گوجه فرنگی با استفاده از روش اسپتیک» ابراز کرد: استان فارس از استان های پرپتانسیل و با تولید بالا در زمینه گوجه فرنگی است و اگر سطح زیر کشت و میزان تولید مدیریت شود، کارخانه های استان قابلیت جمع آوری و فراوری این حجم تولید را دارند. او با اشاره به اینکه در استان فارس ۵۷ واحد تولید رب گوجه فرنگی و با ظرفیت بیش از ۲۲۰ هزار تن فعالیت می کند، افزود: به منظور بهینه کردن فراوری گوجه، بهبود وضعیت بسته بندی، کاهش ضایعات و افزایش ارزش آوری تولید رب در همه این واحدها به روش اسپتیک در دستور کار قرار دارد.

جزایری با بیان اینکه ظرفیت تولید گوجه استان فارس؛ ایجاد زنجیره ارزش را ممکن می سازد، اظهار کرد: ایجاد فراوری های مرتبط با تکمیل زنجیره های ارزش باید پیگیری شود. نشست هم اندیشی «استانداردسازی رب گوجه فرنگی با استفاده از روش اسپتیک» روز پنجشنبه، سوم مهرماه، با حضور رییس اداره نظارت بر فرآورده های خوراکی و آشامیدنی معاونت غذا و داروی دانشگاه علوم پزشکی شیراز، داریوش امیری معاون اداره کل استاندارد فارس و جمعی از صاحبان صنایع فراوری گوجه فرنگی به میزبانی سازمان جهاد کشاورزی استان فارس برگزار شد.

سازمان جهاد کشاورزی فارس - مهر ۱۳۹۹

### سامانه جدید صدور مجوزهای صنایع تبدیلی کلیک خورد

کارشناس زراعی مدیریت صنایع تبدیلی و غذایی سازمان جهاد کشاورزی استان فارس گفت: در سال جهش تولید با همکاری کلیه دستگاه های مربوط نسخه جدید سامانه پنجره آماده بهره برداری شده است. به گزارش روابط عمومی مدیریت صنایع تبدیلی و غذایی سازمان جهاد کشاورزی استان فارس، زینب نوبهار افزود: صدور مجوزهای صنایع تبدیلی از طریق سامانه پنجره با آدرس [www.eagri.maj.ir](http://www.eagri.maj.ir) بوده که در حال حاضر به سامانه سماک و آدرس <http://semak.maj.ir> تغییر کرده است. او با اشاره به اینکه از هشتم مهرماه ۹۹ در سراسر کشور سامانه سماک به صورت آزمایشی قابل استفاده است، تصریح کرد: امید است سامانه جدید در تسریع روند و سهولت صدور مجوزهای این مدیریت تاثیر بسزایی داشته باشد.

سازمان جهاد کشاورزی فارس - مهر ۱۳۹۹

### برگزاری کارگاه آموزشی تجهیز واحدهای تولید رب گوجه به پرکن های اسپتیک

مدیر صنایع تبدیلی و غذایی سازمان جهاد کشاورزی استان فارس گفت: کارگاه آموزشی تجهیز واحدهای تولید رب گوجه به پرکن های اسپتیک با حضور نمایندگان استانداری، اداره استاندارد، علوم پزشکی، اتحادیه کنسروسازان و شرکت دانش بنیان پوشش جوش و همچنین مدیران عامل واحدهای تولید رب

گوجه استان در محل سالن کوثر برگزار شد. به گزارش روابط عمومی مدیریت صنایع تبدیلی و غذایی سازمان جهاد کشاورزی استان فارس، سید عبدالله جزایری افزود: در این دوره آموزشی، لزوم استفاده از دستگاه های پرکن اسپتیک به منظور نگهداری بهداشتی رب گوجه با زمان ماندگاری طولانی مورد بحث و بررسی قرار گرفت. او تصریح کرد: تجهیز شرکتهای این خط، علاوه بر نگهداری طولانی رب گوجه باعث حفظ ارزش غذایی این ماده نیز می شود و توان رقابتی شرکتهای را جهت صادرات این محصول افزایش می دهد. او خاطر نشان کرد: استفاده از توان داخلی شرکتهای سازنده خطوط اسپتیک به دلیل جلوگیری از خروج ارز از کشور، کاهش هزینه تولید و حمایت از شرکتهای دانش بنیان و سایر شرکتهای داخلی که توان تولید این ماشین آلات را داشته باشند، مدنظر این مدیریت است. این مقام مسوول اظهار کرد: با توجه به پیشنهاد تشکیل کارگروه برای پیگیری موارد مربوط به اجرای سیستم اسپتیک، شرکت تعاونی کنسروسازی استان به عنوان دبیر کارگروه برای پیگیری موارد انتخاب شد. مدیریت صنایع تبدیلی و غذایی سازمان جهاد کشاورزی استان فارس نیز در تمامی مراحل همکاری لازم را با کلیه اعضای جلسه خواهد داشت.

سازمان جهاد کشاورزی فارس - مهر ۱۳۹۹

### ۴۸ کارخانه جدید صنایع تبدیلی و غذایی در فارس ایجاد شد

مدیر صنایع تبدیلی و غذایی سازمان جهاد کشاورزی استان فارس گفت: از ابتدای سال جاری تا پایان آبان ماه، ۴۸ کارخانه صنایع تبدیلی در این استان ایجاد شده است. سید عبدالله جزایری افزود: بیش از ۱۵۶ هزار تن ماده خام صنایع تبدیلی و کشاورزی در این واحدها جذب شد.

او بیان کرد: قرار گرفتن این میزان از محصولات تولیدشده بخش کشاورزی در بروسه فراوری و بسته بندی، کاهش ضایعات بیش از ۴۸ هزار تن را به دنبال دارد. جزایری اظهار کرد: در سال جاری پروانه بهره برداری برای ۱۱ مورد سردخانه با ظرفیت ۱۴ هزار و ۸۰۰ تن، ۱۸ واحد صنعتی با موضوع فعالیت بسته بندی مواد غذایی با جذب ماده خام ۲۹ هزار و ۸۲۷ تن، دو واحد فراوری و بسته بندی گیاهان با جذب ماده خام یک هزار و ۹۱۰ تن و سایر واحدهای صنایع کشاورزی به تعداد ۱۷ واحد با جذب ماده خام ۱۰۹ هزار و ۵۵۹ تن صادر شد. او ادامه داد: صدور این تعداد پروانه بهره برداری اشتغالزایی مستقیم ۴۰۰ نفر را به دنبال داشته است. مدیر صنایع تبدیلی و غذایی سازمان جهاد کشاورزی فارس گفت: بر اساس برنامه ششم توسعه تعهد جذب ماده خام استان فارس در سال جاری در صنعت کشاورزی به میزان ۱۶۱ هزار و ۶۰۲ تن است. جزایری افزود: صنایع کشاورزی یکی از ارکان و حلقه های زنجیره تولید بخش کشاورزی است که علاوه بر افزایش ارزش افزوده و کاهش ضایعات، اشتغالزایی پایدار را به دنبال دارد. مدیر صنایع تبدیلی و غذایی سازمان جهاد کشاورزی استان فارس اظهار کرد: توجه به صنایع کشاورزی به منظور افزایش جذب ماده خام و ایجاد واحدهای جدید سبب می شود چرخه تولید بخش از حالت سنتی به صنعتی تبدیل شود و ضمانت اجرایی برای افزایش درآمد بهره برداران کشاورزی را به دنبال داشته باشد.

سازمان جهاد کشاورزی استان فارس - آذر ۱۳۹۹

## ۱۱ دی: روز جهانی جوش شیرین

جوش شیرین یکی از نمک‌های سدیم، پودری بلورین و دارای ترکیبی بی‌بو و بی‌طعم است. نقش جوش شیرین در زندگی و صنعت مهم است. بی‌کربنات جاذب رطوبت و بوگیر است. از این ماده برای متخلخل کردن خمیر نان استفاده می‌شود. بیشترین استفاده از جوش شیرین در فراوری انواع بیکنگ پودر است. مقدار اضافی از آن به‌طور موثر برای پاک کردن و ساییدن سطوح استفاده می‌شود. کاربرد این ماده در ترکیب خمیر دندان به رفع تدریجی لکه‌های دندان و سفید شدن آن‌ها کمک می‌کند. جوش شیرین از فواید شگفت‌انگیزی برای پوست و مو برخوردار است؛ همچنین استفاده از جوش شیرین برای درمان آکنه، داشتن پوستی درخشان و درمان سوختگی بسیار مفید است؛ همچنین لباس‌ها را نرم می‌کند و بوی آن‌ها را از بین می‌برد.



## ۱۴ دی: روز ملی تغذیه و سلامتی

سلامت، ثروت است. امروزه با زندگی پرمشغله‌مان، عادت‌های غذایی به‌شدت رو به وخامت رفته است. فراموش کرده‌ایم که تغذیه سالم چه چیزی بوده و با توجه به تغییر سبک زندگی در کشور، عوامل خطرناکی چون کم‌تحرکی، رژیم غذایی ناسالم، مصرف سیگار و همچنین فشارخون، زندگی ایرانیان را مورد تهدید قرار می‌دهد. هدف از نام‌گذاری این روز تلاش برای اصلاح الگوی مصرف مواد غذایی، استفاده از مواد غذایی طبیعی، میوه‌ها، سبزی‌ها و کاهش مصرف فست‌فودها، نمک و روغن است. مواد غذایی خوبی مثل سبزی‌ها، میوه‌ها، حبوبات و غلات، تمام مواد مغذی مورد نیاز برای بدنمان را فراهم می‌کنند و مغز، قلب، استخوان‌ها، ذهن و تمام سیستم‌های متحد را که در شرایط خوبی کار می‌کنند سالم نگه می‌دارد.



## ۱۵ دی: روز جهانی اسپاگتی

اسپاگتی که به آن ماکارونی هم می‌گویند، نوعی پاستای استوانه‌ای نازک و کشیده با ریشه ایتالیایی است که از سمولینا یا آرد معمولی و آب تهیه می‌شود. ماکارونی به خاطر ترکیباتش یکی از گروه‌های غذایی اصلی در رژیم غذایی سالم محسوب می‌شود و منبع خوبی از انرژی است. ماکارونی دارای کربوهیدرات بالاست. این ماده خوراکی بیشتر در کارخانه‌ها به صورت خشک تولید شده و پیش از خوردن جوشانده می‌شود. ارزش تغذیه‌ای ماکارونی در اصل وابسته به آردی است که در تهیه ماکارونی از آن استفاده می‌شود. این ماده غذایی غنی از نشاسته و میزان پروتئین آن حدود ۷ تا ۸ برابر کمتر از میزان نشاسته آن است. ماکارونی انرژی‌زایی بالایی دارد که از طریق قندها تامین می‌شود.



## ۱۷ دی: روز جهانی لوبیا

لوبیا به عنوان یکی از دانه‌های خوراکی با ۲۲ درصد پروتئین، ۶۲ درصد کربوهیدرات از نوع نشاسته و ۲ درصد چربی، یکی از مقوی‌ترین حبوبات روی زمین به‌شمار می‌رود و تا حدودی می‌تواند جای خالی گوشت حیوانی را در یک برنامه غذایی سالم پر کند. لوبیا برای کسانی که معده ضعیف دارند، غذای سنگینی است و به دشواری هضم می‌شود؛ اما اگر چند روزی آن را در آب خیس کنند و هنگامی که لوبیا می‌خواهد جوانه بزند آن را بپزند، زودتر پخته شده و سریع‌تر جذب می‌شود. لوبیا دارای ویتامین‌هایی از قبیل «ب»، «ت» و «د» است. لوبیا برای مبتلایان به رماتیسم، فشارخون و بیماری‌های کلیوی مناسب است؛ اما به‌علت سرشار بودن از کربوهیدرات نشاسته، اشخاص چاق و مبتلایان به بیماری قند (دیابت) باید از مصرف زیاد آن پرهیز کنند.



## ۲۲ دی: روز جهانی شیر

ترکیب شیمیایی دقیق شیر خام، به نوع گونه حیوانی که شیر را تولید کرده، سلامتی، نوع غذای دام و عوامل دیگری بستگی دارد. بیشتر شیر را آب و پس از آن قندی به نام لاکتوز، پروتئین و چربی تشکیل می‌دهد. شیر منبع خوبی برای املاح موردنیاز بدن انسان‌ها چون کلسیم، فسفر، منیزیم و پتاسیم و ویتامین‌های آ، ب ۱، ب ۲، ب ۶، ب ۱۲، ث، دی، کا، ای، نیاسین، و اسید فولیک است. در کشورهای در حال توسعه شیر یک عنصر کلیدی در راه بهبود تغذیه و امنیت غذایی محسوب می‌شود. ارتقای وضعیت پرورش دام زنده، فناوری تولید محصولات لبنی و کیفیت شیر نویدبخش کاهش فقر و سوءتغذیه در جهان است. مصرف شیر به‌طور روزانه به سلامت بدن و جلوگیری از پوکی استخوان کمک می‌کند.



## ۲۰ دی: روز جهانی زردآلو

زردآلو یک گونه از خانواده گلسرخیان و منبع عالی بتاکاروتن است که در بدن به ویتامین A تبدیل می‌شود و به سلامتی چشم‌ها، پوست، مو، دهان و ... کمک می‌کند و به بدن برای مبارزه با عفونت‌ها یاری می‌رساند. این میوه به‌صورت خشک‌شده، کمپوت و تازه مصرف می‌شود. هسته آن دارای آمیگدالین است. این ماده وقتی در مقادیر زیاد مصرف شود، سمی است. اگرچه زردآلو به‌عنوان یک مکمل طبیعی شناخته می‌شود، اما مصرف بیش از حد هسته آن مضر است. زردآلو از میوه‌های کم‌کالری است. در یک عدد زردآلوی تازه تنها ۱۶/۸ کالری وجود دارد. کربوهیدرات کل موجود در یک عدد زردآلو ۳/۹ گرم و شامل فیبر و قندهای مختلف (گلوکز، فروکتوز و ساکارز) است. یک عدد زردآلوی تازه حاوی ۳/۲ گرم مواد قندی است.



## ۲۷ دی: روز جهانی غذاهای تند

غذای تند فواید زیادی دارد که البته فواید خوردن غذای تند برای زنان بیشتر از مردان است. فلاونوئیدهایی که در غذاهای تند وجود دارد مانند آنتی‌اکسیدان‌ها عمل می‌کنند و خطر بروز بیماری را کاهش می‌دهند. کپسایسین علت اصلی تندبودن فلفل‌هاست. با اینکه فلفل طبیعت گرمی دارد، اما خوردن آن باعث خنکی و کاهش دما در بدن می‌شود؛ همچنین برای دردهای مزمن عضلات و مفاصل و گرفتگی عضلانی هم موثر است. ادویه‌جات و فلفل می‌تواند سطح کلسترول LDL را در بدن کاهش دهد. با مصرف غذاهای پرادویه بیماری‌ها و باکتری‌ها را از خود دور کنید. وقتی دچار بیماری نشوید، بدنتان بیش از پیش تقویت می‌شود. میزان سلامت قلب خود را با مصرف کاکائو، زردچوبه، سیر، آویشن، فلفل قرمز یا رزماری ارتقا دهید.



## ۲۲ دی: روز جهانی شیرینی

مضرات پزشکی مواد قندی و شکر بر همگان روشن است. مصرف بیش از حد قند به مدت طولانی می‌تواند طول عمر افراد را ۱۱ تا ۲۰ سال کاهش دهد؛ به‌علاوه، عوارضی جبران‌ناپذیر از قبیل: دیابت، بیماری قلبی، چاقی، اختلال در مغز، ضعف سیستم ایمنی، افزایش قندخون، پوسیدگی دندان و سوءتغذیه را به‌دنبال دارد. اگر افراد معتاد به شیرینی یک روز آن را نخورند، کم‌تحرک بوده و انرژی لازم را نخواهند داشت و گاه حتی دچار تکرر ادرار و تشنگی زیاد می‌شوند و در زمان سیری نیز احساس گرسنگی زیاد می‌کنند. پس از خوردن یک ماده شیرین، مغز مواد شیمیایی طبیعی به نام مواد شبه افیونی آزاد می‌کند که احساس لذت را در بدن به‌وجود می‌آورد و بدن مقدار بیشتری از آن را طلب می‌کند.



## ۱۴ بهمن: روز سوپ خانگی

سوپ غذایی است که بخش عمده آن را مایعات تشکیل داده است؛ البته در آن از مواد جامدی مثل سبزی‌ها و انواع گوشت استفاده شده که نقش مهمی در درمان بیماری‌ها و حفظ قدرت بدنی دارند. در بسیاری از درمان‌های گیاهی هم از گیاهان درمانگر، سوپ تهیه و به بیمار داده می‌شود. این ماده غذایی برای آن‌هایی که سرماخورده‌اند، خاصیت تسکین‌دهنده و ضدالتهاب دارد. در حال حاضر بیشتر سوپ‌ها کم‌چرب تهیه می‌شوند و گزینه مناسبی برای افرادی هستند که می‌خواهند کنترل بیشتری بر محتوای تغذیه‌ای خود و رژیم غذایی‌شان داشته باشند. سوپ‌های گیاهی نیز برای آن‌هایی که نگران چربی‌های اشباع شده هستند، توصیه می‌شود. سوپ‌های گوشت‌دار در زمستان بیشتر مصرف می‌شوند. در فصل تابستان از آش آبغوره و آش دوغ استفاده می‌شود تا دمای بدن پایین بیاید.



## ۱ بهمن: روز دوستداران پنیر

پنیر یک غذای باستانی است که از شیر تهیه شده و طیف گسترده‌ای از طعم‌ها، بافت‌ها و اشکال را داراست. برای تولید پنیر از ادویه‌های مختلف، میوه و حتی چوب دودی برای عطر و طعم‌دار کردن آن استفاده می‌شود که باعث طعم و بافت منحصر به فرد پنیر می‌شود. پنیر دارای کلسیم، چربی و پروتئین است که این ماده غذایی را بسیار مغذی می‌کند؛ اما فراموش نکنید که پنیر را با تشریفات همچون سبزی، زیتون، انگور، گوجه‌فرنگی، خیار و گردو سرو کنید. بگذارید پنیر ۳۰ دقیقه در دمای اتاق بماند؛ سپس آن را مصرف کنید؛ زیرا پنیر گرم بیشتر از هر زمان دیگری طعم خود را شکوفا می‌کند. پنیر منبع خوبی از ویتامین و معدنی مانند شیر است.



## ۲۱ بهمن: روز جهانی پیتزا

روز جهانی پیتزا یک روز خوشمزه برای جشن گرفتن با پیتزاست. برخی بر این باورند که پخت اولین پیتزاها مربوط به زمانی است که سربازان ساسانی سپرشان را روی آتش گذاشته و بعد خمیری روی آن می‌گذاشتند و مواد غذایی مختلف مانند خرما و پنیر را روی آن می‌ریختند و می‌خوردند. پیتزا به شکل مدرن، ابتدا در ظرف‌هایی در ناپولی در قرن ۱۸ و اوایل قرن ۱۹ میلادی طبخ می‌شد. در آن مقطع زمانی اغلب، نان با مواد تشکیل‌دهنده مانند سیر، نمک، گوشت، پنیر و ریحان پوشانده می‌شد. پیتزا یک غذای محلی ایتالیایی و از نمادهای کشور ایتالیاست. اگرچه پیتزا اغلب به‌عنوان یک غذای ناسالم شناخته می‌شود، اما این، یک دیدگاه نامناسب درباره مزایای سلامتی واقعی پیتزاست. پیتزا منبع خوب فسفر است.



## ۱۷ بهمن: روز جهانی شکلات نوتلا

محال است اهل شکلات صبحانه باشید و ادعا کنید که تابه‌حال نوتلا نخورده‌اید! این شکلات در سراسر جهان دارای طرفداران پر و پاقرصی است که هرگز به نوتلا «نه» نمی‌گویند. نوتلا نوعی کرم کاکائویی فندقی شیرین شده است که شرکت ایتالیایی فررو آن را تولید می‌کند. شکر بیشترین قسمت نوتلا را تشکیل می‌دهد. بافت کرمی نوتلا نیز دقیقاً به دلیل وجود روغن پالم است. در ترکیبات نوتلا از خمیر فندق استفاده می‌شود. بیشتر دانه‌های کاکائوی مصرف‌شده در تولید نوتلا از آفریقای غربی تامین می‌شود. شیر خشک بدون چربی بخشی از نوتلا را تشکیل می‌دهد که باعث می‌شود این محصول نیاز به نگهداری در یخچال نداشته باشد. لسیترین سویا نوعی ماده امولسیون‌کننده است، که مانع تفکیک ترکیبات و حفظ بافت لطیف و منسجم نوتلا می‌شود. وانیلیل نوعی ماده طعم‌دهنده است که در ترکیبات نوتلا استفاده می‌شود.



## ۱۱ اسفند: روز کمپوت میوه

کمپوت همان میوه پخته شده است. کمپوت‌ها هم حاوی ویتامین هستند و اصلاً نمی‌توان آن‌ها را فاقد ویتامین و مواد مغذی دانست. حتماً می‌دانید که ویتامین C بر اثر حرارت از بین می‌رود. تولیدکنندگان برای جبران ویتامین C از دست‌رفته، اسید اسکوربیک به کمپوت‌ها اضافه می‌کنند. پیش‌سازهای ویتامین A نیز در کمپوت وجود دارند. در بین این پیش‌سازها می‌توان به کاروتنوئیدها اشاره کرد. این ترکیبات در میوه‌های نارنجی یا قرمز مانند زردآلو، گریپ‌فروت، هلو و غیره وجود دارند. کاروتنوئیدها خدمت زیادی به سلامتی ما می‌کنند. این ترکیبات به دلیل داشتن خواص آنتی‌اکسیدانی از ابتلا به سرطان پیشگیری کرده و پیری را به تعویق می‌اندازند. مشکل اصلی کمپوت‌ها میزان قند افزوده است. کمپوت‌های صنعتی قند زیادی دارند. بهتر است کمپوت‌هایی انتخاب کنید که روی آن‌ها عبارت «بدون قند افزوده» نوشته شده باشد.



## ۱۸ اسفند: روز پسته

انواع پسته به دو گروه گرد و دراز تقسیم‌بندی و به نام‌های پسته اکبری، پسته خنجری، پسته کله‌قوچی، پسته احمدآقایی، پسته فندق‌ی یا اوحدی شناخته می‌شوند. مصرف پسته می‌تواند فشارخون سیستولیک و دیاستولیک را در افرادی که دیابت ندارند، تا حدودی کاهش دهد. پسته حاوی مقدار زیادی کالری است؛ اما مصرف آن در مقدار معمولی باعث افزایش وزن یا چاقی نمی‌شود. مصرف پسته تاثیر مثبتی بر سلامت چشم و قلب دارد و به کنترل وزن، بهبود عملکرد جنسی مردان و بهبود دیابت کمک می‌کند. مصرف زیاد پسته عوارضی چون چاقی، فشارخون، بیماری‌های روده و معده را به همراه دارد. مصرف روزانه پسته نمک‌زده احتمال ابتلا به فشارخون بالا را افزایش می‌دهد؛ زیرا نصف فنجان پسته نمک‌زده باعث افزایش دریافت سدیم و افزایش فشارخون می‌شود.



## ۱۹ اسفند: روز متخصصین تغذیه

نهم مارس (۱۹ اسفند) به عنوان روز متخصصین تغذیه و رژیم درمانی در نظر گرفته شده است و در بسیاری از کشورها در این روز، مردم را به حفظ سلامتی از طریق خوردن غذای سالم ترغیب می‌کنند. کار اصلی هر کارشناس تغذیه مشاوره با فرد یا جامعه است برای اینکه کمک کند تا فرد سالم سلامت‌ش را حفظ کند و فرد بیمار از طریق تغییر شیوه زندگی خود از پیشرفت آن جلوگیری کند. کارشناس تغذیه بایستی هنر ارتباط با مردم را داشته باشد. در حقیقت کار کارشناسان تغذیه در همه جهان در تیم مراقبت تعریف شده است، چون ثابت شده برای حفظ سلامتی فرد باید برنامه غذایی متعادل و متنوع داشته باشد.



## ۱۸ اسفند: روز جهانی بادامزمینی

بادامزمینی یا پسته شامی منبع غنی پروتئین، پتاسیم و مقدار کمی کربوهیدرات و چربی است. توصیه می‌شود بادامزمینی به همراه مواد غذایی مکمل استفاده شود؛ مثل بدنسازان یا ورزشکاران دیگر. بادامزمینی‌ها به‌طور عمده از سرطان، بیماری‌های قلبی، بیماری‌های عصبی یا هر نوع قارچ ویروسی جلوگیری می‌کنند و تولید اکسید نیتریک در بدن را افزایش می‌دهند. برای جلوگیری از چاقی، توصیه می‌شود به‌طور منظم بادامزمینی بخورید. بادامزمینی‌ها غذایی سالم و منبع خوب ویتامین «ب» هستند. اسید فولیک، تولد کودکان مبتلا به اختلال عصبی جدی یا نقص لوله عصبی را کاهش می‌دهد. اگر مصرف بادامزمینی در دوران بارداری یا قبل از آن انجام شود، احتمال بیماری تا ۷۰ درصد کاهش می‌یابد.



## عملکرد انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس (سه ماهه سوم سال ۱۳۹۹)

نمایندگان سازمان ذی ربط برگزار و نتیجه در شورای گفت و گو مطرح شود.

۵۴ برگزاری جلسه بررسی مسایل و مشکلات واردات مواد اولیه تولیدی با حضور واحدهای تولیدی، نمایندگان بانک، گمرک و سازمان بازرسی.

۵۵ پیگیری صادرات مواد غذایی به کشورهای دیگر در خصوص برند درج شده روی محصولات که در داخل کشور به ثبت نرسیده است. قبلا از سوی اتاق بازرگانی استان فارس مجوز صادرات یا گواهی بهداشت از طرف علوم پزشکی صادر می شد که در حال حاضر صادر نمی شود و با پیگیری که انجمن صنفی کارفرمایی انجام داده این مشکل صادرات برای واحدهای تولیدی که درخواست کرده اند، حل خواهد شد.

آن در واحدهای تولیدی که نیاز به روغن دارند، انجمن با برگزاری جلساتی در اتاق بازرگانی و سازمان صمت و ارسال نامه به استاندار محترم فارس برای تامین سهمیه استان، تاکنون بر اثر اقدامات انجام شده تعداد زیادی از واحدهای تولیدی موفق به دریافت روغن مصرفی مورد نیاز خود شده اند.

۵۳ نامه سازمان محیط زیست به برخی از واحدهای تولیدی به منظور حفر چاه جهت پایش آب مصرفی واحدهایی که از آب چاه استفاده می کنند و هزینه های کلانی که می بایست برای حفر این گونه چاهها متحمل شوند، به تشکیل جلسه ای با حضور نمایندگان سازمان محیط زیست و ادارات ذی ربط منجر و مقرر شد جلسات کارشناسی با حضور

۵۱ با توجه به مشکلات صادرات مواد غذایی، به خصوص رب گوجه در اوزان مختلف به کشورهای همسایه و ممنوع بودن صادرات رب گوجه به واسطه بخشنامه های مکرر سازمان صمت، خوشبختانه با پیگیری های به عمل آمده از سوی انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و مکاتبات مکرر با سازمان صمت، اتاق بازرگانی و مطرح شدن موضوع در جلسه شورای گفت و گو، تاکنون سه نوبت موفق به دریافت مجوز صادرات شده که آخرین مجوز تا آخر دی ماه ۹۹ است. درخواست آزادسازی این مواد غذایی تا پایان ۱۳۹۹ ادامه دارد.

۵۲ با توجه به کمبود روغن در سطح کشور و وقفه در تولید واحدهای تولیدکننده روغن و کمبود



PDF Compressor Free Version



## شرکت زرین دانه پدیده

بسته بندی انواع حبوبات، ادویه، آرد، غلات، سبزی خشک،  
آجیل، گیاهان دارویی، میوه های خشک و ...



۰۷۱-۵۸۳۰۶۰۱۴  
۰۷۱-۵۸۳۰۶۰۱۲  
۰۷۱-۵۸۳۰۶۰۱۷



۰۹۱۷۷۳۱۰۲۰۷  
۰۹۱۷۷۰۶۳۰۰۴  
۰۹۱۷۱۳۳۳۰۰۴

📍 فارس . کیلومتر ۲۰ جاده فسا \_ شیراز

PDF Compressor Free Version




شرکت زنبورداری شیرین  
Shafi Natural Honey  
عسل طبیعی

انرژی کافی  
باعسل شافی


دفتر فروش : ۰۷۱ - ۳۶۳۸۳۱۰۰

فکس: ۰۷۱ - ۳۶۳۸۴۸۸۱

همراه: ۰۹۱۷۱۱۵۰۳۲۳

 [www.shafihoney.com](http://www.shafihoney.com)

 [asal.shafi@yahoo.com](mailto:asal.shafi@yahoo.com)

 [shafihoney\\_\\_asal](https://www.instagram.com/shafihoney__asal)





PDF Compressor Free Version

# فارس فارس مونتاز



۰۷۱-۳۷۲۰۶۰۷۹ • ۰۷۱-۳۷۲۴۳۰۰۱ • ۰۷۱-۳۷۲۰۹۰۰۹

kiyan\_plastic

۰۹۱۷۸۰۳۲۵۰۰

www.farsmomtaz.ir

فارس . شیراز . میدان گل سرخ . کیلومتریکی بلوار خلیج فارس

فارس . شیراز . شهرک صنعتی بزرگ . میدان کوشش

بلوار کوشش شمالی . میدان اندیشه . بلوار فن آور

خیابان ۹۰۲ . مجتمع پروین نیا

سردخانه

PDF Compressor Free Version

حاج علی مراد سهرابی

و پسران

REFRIGERATOR  
HAJ ALI MORAD SOHRABI AND BOYS

فروش و پخش رطب و خرما خشک به صورت عمده

فروش عمده خرما و رطب در داخل و خارج از کشور



فارس. کازرون. شهرخشت. خیابان شهیددوستی

۰۹۱۷۷۸۸۷۶۷۸ | ۰۷۱-۴۲۴۵۳۰۳۹

PDF Compressor Free Version



FOOD PRODUCT

کیفیت حق سلامت

شیراز . کیلومتر ۱۳ جاده شیراز - جهرم

۰۷۱-۳۲۲۹۱۴۱۰-۱۲

تلفن دفتر

۰۷۱-۳۷۷۶۵۵۳۲

تلفن کارخانه

 dadfar.com  dadfar\_factory



PDF Compressor Free Version

# جنت

Janat Distillation

## شاداب و با طراوت

تهیه شده از عرقیات گیاهی

Janat Natural syrup  
NEW PACKAGE

ارگانیک

100%  
Natural

بدون مواد  
نگهدارنده



آدرس: شهرک صنعتی بزرگ، میدان پژوهش، بلوار  
پژوهش شمالی، خیابان ۳۱۰، مقابل کارخانه پیسی  
تلفن ارتباط با مشتری: ۰۹۱۷۲۰۵۳۸۵۸  
www.Janatshiraz.ir Janatshiraz

PDF Compressor Free Version

# ALWAYS SMILE TABASOM



ORDER NOW!



## پذیرش نماینده فعال

استان فارس، پاسارگاد، کیلومتر ۱۰۰ جاده قدیم شیراز-اصفهان-کدپستی: ۷۳۸۴۱-۳۴۴۳۶  
۰۷۱ - ۴۳۵۶۶۷۱۴ - ۵ | صدای مشتری ۰۹۱۷۷۱۷۶۹۶۵  
@ Info @tabasomfoods.com | www.tabasomfoods.com | tabasom\_foods\_industry  
تلفن بازرگانی و فروش ۰۹۱۷۷۲۹۰۰۱۴

PDF Compressor Free Version



قهوه ناب  
همراه تدبیری لحظاتی ناب

دانه سبز قهوه  
دستگاه‌های صنعتی و نیمه صنعتی  
لوازم جانبی مرتبط با قهوه

بیش از ۲۰ نمونه لاین دانه سبز قهوه

## واردات فراوری

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

☎ Sales.NaabCoffee

شماره تماس: ۰۷۱ - ۳۲۳۰۸۵۴۱، ۰۹۳۸۱۹۷۱۰۰۳

PDF Compressor Free Version

# Amanesh Aryya

تولید کننده انواع رب گوجه فرنگی  
شوریجات و ترشیجات



شرکت آریا منش صنعت جاودانه  
تلفن شرکت: ۰۷۱۴۳۳۳۴۹۱۵  
بازرگانی: ۰۹۱۷۳۲۸۰۹۲۵  
[www.aryamaneshco.com](http://www.aryamaneshco.com)

PDF Compressor Free Version



## SADAK MEAT PRODUCTION COMPANY



SADAK MEAT PRODUCTION  
COMPANY . 302 ALLEY . NORTH  
PAZHOOHESH BLVD . INDUSTRIAL  
TOWN SHIRAZ . IRAN

شیراز . شهرک صنعتی بزرگ  
بلوار پژوهش شمالی . خیابان ۳۰۲  
فرآورده های گوشتی صدک

هر روز را زندگی کن  
LIVE EVERY DAY

برترین تولید کننده  
انواع فرآورده های گوشتی  
غذای سالم، جامعه سالم

TOP PRODUCER OF  
MEAT PRODUCTS  
HEALTHY FOOD  
HEALTHY SOCIETY

صدک  
SADAK

🌐 SADAK.CO.IR    📧 SADAK.SHIRAZ    @ SADAKCOMPANY@GMAIL.COM    ☎ +98 71-37743852-3    ☎ +98 71-37742401-2