



انجمن صنفی کارفرمایی  
صنایع غذایی و تبدیلی فارس

# غذای سبب

نشریه رسمی انجمن صنفی کارفرمایی  
صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس  
شماره ۱۴ / زمستان ۱۳۹۹

صنعت





# روغن مارکت



## تولید کننده

• ارده • کره فندق • کره بادام زمینه • کره بادام شیرین  
شعبه ۱: فارس . شیراز . دروازه کازرون . بازارچه اسماعیل بیگی  
شعبه ۲: فارس . شیراز . بلوار پاسداران . نبش خیابان کلاهدوز

۰۹۱۷۰۲۶۱۸۳۰



۰۷۱-۳۷۳۶۶۴۸۶  
۰۷۱-۳۸۴۷۷۴۵۷



# EXIR

OIL MARKET

## تولید مرغوبترین روغن بیش از ۷۰ نوع دانه روغن

exi oilmarket |   
exi oil\_shiraz | 





Quality is on the basis of managers work order  
کیفیت دستور کار مدیر است



@Modir.foodindustry

# صنایع غذایی مدیر

عرضه کننده انواع:

- خشکبار
- میوه خشک
- دانه های خوراکی
- صیفی خشک
- سبزی خشک



📍 فارس . شیراز . شهرک صنعتی بزرگ . میدان پژوهش

بلوار پژوهش شمالی . خیابان ۳۰۲

☎ کارخانه : ۰۳۲۳-۳۷۷۴۰۷۱-۰۹۱۷۷۶۶۳۴۸۰

✉ Modir.foodindustry@gmail.com

🌐 Modir.foodindustry

از همراهی شما سپاسگزاریم



شرکت پارسینه چاپ  
PARSINEH CHAP

◀ تولید و چاپ انواع لفاف های بسته بندی جهت  
مصارف غذایی به صورت تک لایه، دو لایه، سه لایه  
با سیستم فلکسو و هلیوگراوور





- ◀ چاپ بر روی فیلم‌های، CPP, BOPP, مات، شفاف، صدفی و متالایز با ضخامت‌های مختلف و همچنین فیلم‌های پلی‌استر.
- ◀ چاپ بر روی فیلم‌های مخصوص انواع لیبل
- ◀ برش انواع جنس‌های مختلف به صورت رول
- ◀ تولید انواع پاکت‌های بغل کاست و ساده مخصوص بسته بندی انواع نان و ...
- ◀ تولید پاکت‌های سه طرف دوفت و پاکت‌های زیپ‌دار جهت بسته‌بندی انواع آجیل، قهوه و ...



دارنده پروانه بهداشتی سافت از سازمان غذا و دارو



شیراز- شهرک صنعتی بزرگ، میدان صنعت، انتهای خیابان صنعت جنوبی،  
 خیابان تلاش شرقی  
 تلفن: ۰۷۱-۳۷۷۴۴۸۰۶ ۰۷۱-۳۷۷۴۳۲۷۱ ۰۹۱۲۲۲۳۷۳۶۶  
<https://parsinehprint.com>  
 Email: info.parsinehprint@yahoo.com



# شرکت نوشازاگرس

## ویوانتک

### آب معدنی

**شرکت تولیدی نوشازاگرس با نام تجاری ویوانت** مفتخر است که با بهره مندی از تکنولوژی Ultra - Filter، Oilfree، Deduster، کمپرسور (مدرن ترین فیلتراسیون روز دنیا) CIP اتوماتیک (شستشو و ضدعفونی اتوماتیک دستگاه های تولید پیش از شروع تولید) نیترات، نیتريت و سدیم بسیار پایین (مناسب برای افراد با بیماری های قلبی و عروقی) محصولی با کیفیت عالی را در اختیار هموطنان عزیز قرار می دهد.

در حال حاضر آب معدنی در سه سایز بطری ۱۵۰۰ سی سی، ۵۰۰ سی سی و ۳۳۰ سی سی و دو سایز لیوانی ۲۴۰ سی سی و ۱۴۰ سی سی به همراه برچسب و طراحی متفاوت ارائه می گردد.

Water Analysis	mg/lit	آنالیز ترکیبات	
chlorides	4.35	کلراید	1
Fluoride	0.125	فلوراید	2
Nitrate	4.57	نیترات	3
Nitrite	0.01	نیتريت	4
Calcium	46.75	کلسیم	5
Magnesium	11.15	منیزیم	6
Sodium	2	سدیم	7
TH	163.25	سختی کل	8
TDS	188.75	کل مواد جامد محلول	9
PH	6.32	PH	10

# Vivante

natural mineral water

فارس . کیلومتر ۲۲ جاده سپیدان - یاسوج  
مقابل تنگ تیزاب

۰ ۷ ۱ - ۳ ۶ ۷ ۶ ۰ ۳ ۱ ۳

فارس . شیراز . خیابان عقیف آباد  
ساختمان اداری حافظ . طبقه سوم . واحد ۹

۰ ۷ ۱ - ۳ ۶ ۲ ۸ ۶ ۱ ۶ ۴

[www.vivante.ir](http://www.vivante.ir)

[vivant\\_mineral\\_water](https://www.instagram.com/vivant_mineral_water)

[nousha@vivante.ir](mailto:nousha@vivante.ir)





# بهانفر

● محصوله از شرکت گلنوش مرودشت ●



فارس . كيلومتر ۷ جاده قديم شيراز - اصفهان . بعد از روستای منصورآباد

۰۹۱۷۳۲۸۱۸۳۳





📷 [manimasdairy](https://www.instagram.com/manimasdairy)  
[www.manimas.ir](http://www.manimas.ir)

بامن باش  
سالم باش



به زودی  
دنیای جدید!

قهوه  
پروتستان  
بیدار تنو...



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



صنایع غذایی، گذشت مشهد مرغاب

# مرغاب سامردیس



100%  
Organic

PURE AND NATURAL



تولید کننده انواع  
کنسروجات / ترشیجات  
شوربیجات



۰۹۱۷۷۹۷۹۹۲۹

۰۹۱۶۴۵۴۷۰۴۵



samardis



کیلومتر ۱۳۰ اتوبان

شیراز - اصفهان . تقاطع قادرآباد

**SAMARDIS**  
FOOD



www.samardisfood.com





## سخن سردبیر

عبدالرضا دیداری

اگر تولید داخلی هر کشور را یکی از مولفه‌های اصلی پویایی اقتصادی و اقتدار سیاسی آن کشور بدانیم، آنگاه درمی‌یابیم که مساله حمایت از تولید داخلی کشور باید سیاستی باشد که همه کارگزاران و مردم به آن اهتمام و عنایت لازم را داشته باشند و در ادوار مختلف دولت‌ها باید با اعمال سیاست‌های حمایتی، پولی و تعرفه‌ای سعی کنند که از تولید داخلی حمایت کنند.

متأسفانه به‌رغم اینکه در کشور، اتفاق نظر گسترده‌ای برای حمایت از تولید داخلی در بین مسوولان کشور وجود دارد، اما تولیدکنندگان با چالش‌های متعددی روبه‌رو هستند که تولید کشور در برخی واحدهای صنعتی متوقف یا تعطیل شده است. اگر به شرایط امروز ایران توجه کنیم که به دلیل تحریم‌های آمریکا دچار بحران اقتصادی، رکود و بیکاری است، بیشتر به ضرورت حمایت از تولید داخلی می‌رسیم. انتظار می‌رود که توجه علمی و عملی بیشتری برای حمایت از تولیدکنندگان داخلی به عمل آید. شوربختانه قاچاق کالا و واردات بی‌رویه انواع کالاها در کنار رکود، بیکاری و رشد پایین اقتصادی، نفس تولیدکنندگان داخلی را به شماره انداخته است و از شعارهایی که در ایام انتخابات در حمایت از تولید داخلی داده می‌شود، کمتر بهره‌ای به تولیدکنندگان داخلی می‌رسد؛ این در حالی است که یکی از اهداف حمایت از تولید در کشورهای مختلف، بالابردن سطح رفاه جامعه و ایجاد اشتغال است. تردیدی نیست که در کشور ایران برای از بین بردن فقر، نیازمند اشتغال و ایجاد ظرفیت آن هستیم. با توجه به اینکه ظرفیت اشتغال آفرینی بخش دولتی محدود است و جوابگوی نیاز گسترده اشتغال جوانان نیست، حتماً باید بخش غیر دولتی در اقتصاد تقویت شود.

بر این اساس، برای حمایت اصولی و منطقی از تولید، لازم است نگاه علمی به مساله تولید داخلی و چالش‌های آن داشت و سیاست‌های اصولی برای آن تدوین و ابلاغ کرد. در سیاست ابلاغی دولت برای افزایش تولید داخلی باید به چالش‌های پیش رو، از جمله ایجاد و حفظ اشتغال، اعطای تسهیلات و کاهش نرخ بهره بانکی برای حمایت از تولید، کمبود سرمایه در گردش، نقدینگی...، دادن حقوق و خرید مواد اولیه، اعمال تعرفه و جلوگیری از واردات بی‌رویه، آموزش و افزایش مهارت نیروی انسانی... توجه و عنایت ویژه‌ای به عمل آید و با بهره‌گیری از نظرات اصحاب تولید و دانشگاه در این زمینه چاره‌اندیشی شود. این راهبرد اصولی در حمایت از بنگاه‌های تولیدی و اقتصادی سبب می‌شود تولیدکنندگان با نیازسنجی و تحلیل رفتار مصرف‌کننده، آموزش نیروی کار و ارتقای فناوری و نوآوری بهره‌وری را بیشتر و کیفیت تولیدات داخلی را ارتقا دهند و به دنبال رضایت مشتریان باشند.

**در کمال ادب و احترام و با افتخار، کسب عنوان "واحد برتر منتخب کشوری" در اولین همایش سراسری ایمنی غذا را خدمت مدیران عامل و مسوولین فنی پرتلاش، دلسوز و تاثیرگذار واحدهای تولیدی:**

- ✓ شیر پاستوریزه ارمغان
- ✓ پگاه فارس
- ✓ زرین غزال
- ✓ آرد سپید جهرم

تبریک عرض نموده و توفیق روزافزون را برای آن بزرگواران آرزومندم. رحمت ذات الهی همواره شامل حالان، چراغ نورانی تجربه، گرمابخش زندگیتان و موفقیت روزافزون، قرین لحظه‌های نابتان باد.

**انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس**

صاحب‌امتیاز: انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس  
مدیرمسئول و سردبیر: عبدالرضا دیداری

### هیات تحریریه

محمدهادی عسکری، لیلا حقیقت

### کمیته علمی

محمدهادی اسکندری، محمدتقی گلکانی، مهرداد نیاکوثری، 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: farsfis92@gmail.com

**متن فایل PDF نشریه بر روی وب سایت رسمی انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس به آدرس [www.farsfoodic.ir](http://www.farsfoodic.ir) بارگذاری شده است. برای دریافت آن می‌توانید فایل نشریه را دانلود نمایید.**



مجری نشریه: کانون تبلیغات توسعه  
(دارای مجوز رسمی به شماره ۸/۲۹۸۶۷)  
از اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان فارس

مدیر اجرایی: حسین دشتی  
مدیرمسئول: 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، عذرا دینانی  
سرپرست امور هنری و صفحه‌آرایی: پگاه گودرزی  
کارشناسان امور هنری: فروغ فراغتی، افسانه سرائی، نگار دامن افشان  
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.TOSEEADS.com  
تلفن تماس جهت هماهنگی درج آگهی و مقاله‌ها 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.

# فهرست مطالب

## تبلیغات، برندینگ و مارکتینگ

- ۴۸ نحوه تبلیغات صنایع غذایی در فضای مجازی
- ۵۰ چگونه عکس‌های تبلیغاتی از غذا بگیریم
- ۶۱ نگاهی کوتاه به تبلیغات صنایع غذایی از برنج هابلی تا پفک لوسی

## بسته‌بندی

- ۶۲ راهنمای جامع بسته‌بندی محصولات غذایی
- طراحی و بسته‌بندی یک روند جهانی نیست، یک بازی ریاضی است
- ۶۴ همه چیز درباره بسته‌بندی و کیوم اسکین

## تغذیه و سلامتی

- ۶۸ ارزش غذایی خشکبار و اثر آن‌ها بر سلامت انسان
- ۷۰ تغذیه در سالمندی

## راهنمای تجارت خارجی

- ۷۲ بررسی کشور ترکیه

## راهنمای سرمایه‌گذاری

- ۷۹ ایجاد کارخانه‌های صنایع غذایی راهکار مهم توسعه بخش کشاورزی

## معرفی وضعیت صنایع غذایی و تبدیلی شهرستان‌های استان فارس

- ۸۱ شهرستان پاسارگاد

## اخبار و گزارش‌ها

- ۸۳ جهانی
- ۸۵ ملی
- ۸۶ استانی

## عملکرد انجمن

- عملکرد انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس - سه‌ماهه چهارم ۱۳۹۹
- ۸۷

## تقویم مناسبت‌های غذایی

- ۸۸ مناسبت‌های غذایی فصل زمستان سال ۱۳۹۹

## یادداشت ویژه

- ۱۱ چالش‌های صادرات محصولات غذایی
- ۱۳ درک ارزش صنایع مدرن غذایی در بحران کرونا
- مشکلات و موانع تولید در صنعت غذای ایران و استفاده از ظرفیت‌های بی‌نظیر این صنعت
- ۱۴

## اطلاعیه ویژه

- تاکید بر رعایت الزامات پیشگیری از شیوع بیماری کروناویروس و گزارش اقدامات ضروری در واحدهای تولیدکننده مواد غذایی و آشامیدنی
- ۱۶

## گفت‌وگو با مدیران

- ۱۸ عضو هیات‌مدیره انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس

## گفت‌وگو با تولیدکنندگان نمونه

- ۲۱ مدیرعامل شرکت به یک واحد نمونه روز جهانی غذا در سال ۱۳۹۸
- مدیرعامل شرکت نمک‌هامر - واحد نمونه روز ملی صنعت و معدن در سال ۱۳۹۹
- ۲۳

## پایش محصول

- ۲۹ فرآورده‌های لبنی

## علوم و صنایع غذایی

- ۳۶ اثر هیدروکلویید زانتان بر خاصیت ربولوژیکی و حسی پنیر پروسس پخش‌پذیر
- ۳۸ تکنولوژی بسته‌بندی زیست فعال
- اثر هیدروکلوییدهای مالتودکسترین، کاپاکاراگینان و اینولین بر کاهش چربی پنیر خامه‌ای پروبیوتیک
- ۳۹ کینوا برگر؛ غذایی فراسودمند در اپیدمی کرونا
- ۴۰ فناوری کپسوله‌سازی؛ مزیت رقابتی در صنعت غذا
- ۴۲

## قوانین کسب‌وکار

- ۴۴ درآمدی بر حقوق کسب‌وکار - بخش دوم



**جمال رازقی جهرمی**

رئیس انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس



## چالش‌های صادرات محصولات غذایی

در نظر می‌گیرد، بی بهره است که این امر نیز در بالاتر رفتن قیمت این محصولات و از دست رفتن بازارهای بالقوه صادراتی دخیل است. از دیگر عواملی که به کاهش رقابت پذیری کالاهای صادراتی، از جمله محصولات غذایی کشور، در بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی دامن می‌زند، غیر واقعی بودن نرخ ارز و اعمال سیاست‌های ارزی غیر کارشناسانه و نامناسب است. رویکرد سیاست‌گذاری‌های صادراتی در خصوص تعرفه‌ها و موانع غیر تعرفه‌ای، قیمت پایه صادراتی، نحوه بازگشت ارز حاصل از صادرات، اعمال ممنوعیت‌های صادراتی، اعمال محدودیت‌های مقطعی و... در کنار بی‌ثباتی قوانین و مقررات تجاری و دستورالعمل‌ها و اتخاذ تصمیم‌های ناگهانی که به یک‌باره عوامل اثرگذار بر صادرات را تغییر می‌دهند، عملاً قدرت تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی زمانی و قیمتی صادرکننده را برای حضور در بازار هدف مختل ساخته و زیان‌های سنگین را تحمیل خواهد کرد. بالا بودن نرخ تسهیلات اعطایی به تولیدکنندگان محصولات غذایی در داخل کشور (حدود ۲۰ درصد نرخ تسهیلات) نسبت به سایر کشورها و وضع تعرفه‌های بالای کالاهای ایرانی نسبت به سایر

تامین هدف توسعه صادرات غیر نفتی در بازارهای بین‌المللی و منطقه‌ای برخوردار بوده است. از آنجا که در حدود ۳ درصد از تولید ناخالص داخلی کشور را صنایع غذایی تشکیل داده است، لذا این صنعت می‌تواند میانبر اقتصاد کشور برای خروج از رکود اقتصادی باشد. طی سال‌های ۹۶ تا ۹۸ و هشت ماه ابتدای سال ۹۹ به واسطه پایین بودن سهم واردات مواد اولیه و واسطه‌ای برای تامین کالاهای صادراتی رشد مناسب‌تری را در صادرات محصولات بخش کشاورزی و غذایی شاهد بوده‌ایم؛ لیکن به رغم این موضوع، رشد صادرات این بخش نیز به دلیل وجود چالش‌های متعدد همانند سایر محصولات غیر نفتی به سقف اهداف تعیین شده در احکام برنامه توسعه نخواهد رسید. یکی از چالش‌های اصلی در توسعه صادرات محصولات غذایی، فرسودگی و عمر بالای ناوگان حمل‌ونقل و وضعیت غیر رقابتی انواع حمل‌ونقل داخلی (هوایی، دریایی، ریلی و جاده‌ای) است که سبب بالا رفتن قیمت تمام‌شده محصولات غذایی که غالباً فسادپذیر هستند و عدم عرضه به موقع و در نهایت کاهش توان رقابتی می‌شود. از دیگر سو، حمل‌ونقل هوایی بار از جمله محصولات غذایی از پارانه‌هایی که دولت برای حمل‌ونقل هوایی مسافر

صادرات تک محصولی و وابستگی به درآمدهای حاصل از فروش نفت و به تبع آن، تاثیر پذیری از نوسان‌های شدید درآمدهای نفتی به عنوان بارزترین شاخص‌های اقتصاد ایران شناخته می‌شوند. بر این اساس از تقویت و توسعه صادرات غیر نفتی همواره به‌عنوان یکی از مهم‌ترین راهبردها در کاهش وابستگی کشور به درآمدهای نفتی یاد شده است؛ به طوری که در برنامه‌های توسعه‌ای اقتصادی و اجتماعی کشور، به‌ویژه از برنامه سوم توسعه به بعد، دستیابی به این مهم محور اصلی هدف‌ها در نظر گرفته می‌شود. از دیگر سو، اعمال تحریم‌های گسترده آمریکا و تسری آن به سایر بازارهای جهانی در سال‌های اخیر و کاهش شدید درآمدهای ارزی، اهمیت توجه ویژه به توسعه صادرات غیر نفتی را دوچندان کرده و تلاش‌ها در راستای تنوع بخشیدن به صادرات غیر نفتی، سمت‌وسوی منسجم و مشخص‌تری یافته است؛ آن گونه که دستیابی به توازن در اقتصاد کشور تنها از خلال این مسیر امکان‌پذیر می‌نماید. در بین محصولات استراتژیک صادراتی، صنایع غذایی به واسطه وجود توانمندی‌های موجود در بخش کشاورزی و ورود فناوری‌ها و ماشین‌آلات جدید، همواره از جایگاه درخور توجهی برای

و شکل‌گیری کنسرسیون‌های صادرات‌محور در کشور تلاش مضاعف صورت پذیرد.

رقابت منفی صادرکنندگان ایران در بازارهای هدف و افت شدید کیفیت کالاهای صادراتی به این بازارها نیز از دیگر موانع صادراتی موجود به شمار می‌آید که تصمیم‌گیری مسوولان را در راستای ساماندهی وضع فوق، ضروری می‌نماید.

آنچه مسلم است، فائق آمدن بر چالش‌های فوق هم به کارایی و تولید صنایع خاص مرتبط است و هم به نقش فعال دولت برای احیای صنعت غذا گره خورده است. توانمندی و ظرفیت تولید بالا، تنوع اقلیمی و تولیدی، وجود مزیت نسبی و انحصار در تولید برخی محصولات کشاورزی از مزیت‌های مهم صنعت غذای کشور برای حضور در بازارهای جهانی بوده و استفاده از این فرصت بی‌نظیر مستلزم عزمی جدی برای رفع محدودیت‌ها و موانع این صنعت است.

نیز از دیگر معضلاتی است که فعالان این عرصه با آن دست‌به‌گریبانند. در واقع بیش از استانداردهای مبدا، کالاهای کشاورزی تولیدشده می‌بایست استانداردهای کشورهای مقصد یا مصرف‌کننده را دارا باشند، کوچک‌ترین مغایرت با قوانین و استانداردهای مقصد ممکن است هزینه‌های هنگفت و شاید جبران‌ناپذیری را به صادرکننده و حتی تولیدکننده تحمیل کند.

آنچه مسلم است امضای موافقت‌نامه‌های تجاری از سوی مسوولان، راه را برای صادرات محصولات غذایی هموار می‌سازد. پیوستن ایران به توافق‌نامه تجاری اتحادیه اقتصادی اوراسیا نقطه عطفی در تسهیل صادرات به شمار می‌آید که لازم است ظرفیت‌های حوزه کشاورزی و غذایی کشور برای استفاده از این توافق‌نامه احصا شوند. از آنجا که کشورهای عضو اتحادیه خواستار انجام مبادلات در مقیاس بزرگ هستند، لازم است برای ایجاد

رقبا در این حوزه نیز از جمله چالش‌هایی است که صادرکنندگان مواد غذایی با آن دست‌وپنجه نرم می‌کنند. در این شرایط به دلیل رقابتی نبودن قیمت‌ها امکان بهره‌گیری از ظرفیت‌های موجود در کشورهای همسایه و بازارهای خارجی سلب می‌شود.

نیاز به سرمایه در گردش بالا و سرمایه ثابت برای نوسازی ماشین‌آلات از دیگر چالش‌های بسیار مهم صنایع غذایی است که تامین نقدینگی لازم با اعمال روش‌های تشویقی در این بخش و ساماندهی اوضاع مشقوق‌های صادراتی، موجبات رشد و توسعه در بازارهای صادراتی و کاهش قیمت تمام‌شده محصولات خواهد شد.

بی‌اطلاعی بخش بازاریابی واحد تولیدی و صادراتی محصولات غذایی از قوانین واردات کشورهای مقصد و استانداردهای مدنظر آن‌ها و طولانی بودن دریافت گواهی‌نامه‌های استانداردهای بین‌المللی





**سید محمدرضا مرتضوی**

رئیس هیات مدیره کانون  
انجمن‌های صنایع غذایی ایران



## درک ارزش صنایع مدرن غذایی در بحران کرونا

که میزان فروش شرکت‌های بزرگ تولیدکننده نان صنعتی هم ۱۵ تا ۲۰ درصد رشد کرده است.

با این حال به دلیل خاص بودن شرایط، برای تخمین میزان فروش و تولید باید کمی صبر کرد. عواملی مثل قدرت خرید مردم، انباشت محصولات در خانه‌ها و اطمینان مردم از عدم کمبود در بازار درباره میزان فروش شرکت‌های صنایع غذایی موثر است و باید برای تحلیل اثرگذاری این عوامل بیش از چهارماه صبر کرد.

در بحران همه‌گیری بیماری کرونا، ارزش صنایع مدرن بیش از همیشه در کشور درک شد. ممکن است بسیاری در شرایط عادی از کنسرو استفاده نکنند، اما در شرایطی مثل بحران کرونا، محصولات هموژنیزه و پاستوریزه طرفدار بیشتری پیدا کرد. با توجه به این استقبال، پیشنهاد ما تجدیدنظر درباره سهمیه آرد نان صنعتی و انتقال درصدی از سهمیه سایر بخش‌ها به این بخش است.

خصوصی و دولت در این همه‌گیری، خالی نبودن قفسه‌های فروشگاه‌ها و تامین نیاز مردم بود.

در گام بعدی، باید با مسوولان و تصمیم‌گیران حوزه اقتصاد کلان درباره آثار تورمی همه‌گیری و امکان دسترسی آسان مردم به غذا، شرکت‌های پخش و زنجیره توزیع بیشتر همفکری کنیم.

اثرگذاری دوره همه‌گیری بیماری بر میزان درآمد و فروش شرکت‌ها را باید در بلندمدت بررسی کرد. ما در اسفندماه هجوم مردم برای خرید را شاهد بودیم و با تلاش‌های انجام شده، در صنایع غذایی هیچ کمبودی در بازار نداشتیم؛ با این وجود می‌توان تخمین زد که در بخش تولید ماکارونی و پاستا میزان فروش ۱۵ تا ۲۰ درصد در اسفندماه رشد کرده و ممکن است به دلیل انباشت محصول در خانه‌ها، فروش فروردین‌ماه کمتر شده باشد.

از سوی دیگر، مردم در این دوره از نان‌های صنعتی استقبال بی‌نظیری کرده‌اند و می‌توان تخمین زد

صنایع غذایی در شرایط همه‌گیری بیماری کرونا با همه توان خود برای پاسخ به نیازهای مردم وارد میدان شده است.

در این صنعت، مقررات و دستورالعمل‌های خاص بهداشتی، پیش از همه‌گیری کرونا هم رعایت می‌شد؛ به همین دلیل تجربه گذشته در رعایت پروتکل‌های بهداشتی مربوط به کرونا به کمک صنعتگران این بخش آمده است. در فاصله اسفند تا پایان فروردین‌ماه که بیشتر صنایع رو به تعطیلی رفت، صنعت غذا و تولیدکنندگان مواد بهداشتی، شوینده‌ها و ضدعفونی‌کننده‌ها به کار خود ادامه دادند و توانستیم به بهترین شکل ممکن نیازهای کشور به محصولات صنایع غذایی را رفع کنیم.

در این مسیر بعضی دستگاه‌های دولتی هم به خوبی در انجام این وظیفه به صنایع کمک کردند. شرکت بازرگانی دولتی با همه محدودیت‌های حمل و نقل و مشکلات، موفق شد بسیاری از مواد اولیه صنایع غذایی را تامین کند. محصول همکاری بخش

## دکتر مهدی کریمی تفرشی

رئیس هیات مدیره تعاونی تولیدکنندگان  
محصولات غذایی / سفیر غذای سالم،  
کارآفرین برتر جهان اسلام و مرد سال صنعت  
غذای ایران / اولین و تنها دارنده نشان  
شوالیه اروپا در صنعت غذای ایران / مشاور  
عالی هیات مدیره انجمن علوم و صنایع  
غذایی ایران



## مشکلات و موانع تولید در صنعت غذای ایران و استفاده از ظرفیت‌های بی‌نظیر این صنعت

حدود ۹۵ درصد مواد غذایی مورد نیاز کشور در داخل، و به‌طور متوسط سالانه حدود ۱۳۰ میلیون تن مواد غذایی در کشور از سوی تولیدکنندگان داخلی تولید می‌شود. براساس پتانسیل‌های موجود، امکانات بالایی برای صادرات در اختیار داریم. بازار ۴۰۰ میلیون نفری اطراف ایران یکی از بهترین فرصت‌ها برای رونق صادرات غیرنفتی با استفاده از نیاز غذایی آن‌هاست: با افزایش بهره‌وری و ایجاد کارخانه‌های صنایع تبدیلی و تکمیلی می‌توانیم از این تقاضای بالقوه، استفاده‌ای مناسب در راستای اهداف تعیین شده سال جهش تولید داشته باشیم. رسیدن به نرخ رشد سالانه ۲۲ درصدی صادرات غیرنفتی از اهداف اصلی برنامه ششم توسعه صادراتی نیز محسوب می‌شود. اما صنعت غذا به‌عنوان یکی از رشته‌های صادرات محور همچنان با چالش‌های بسیاری در این بخش روبه‌روست. برای تحقق اهداف صادراتی پیش‌بینی شده برای سال جاری باید راهکارهای اساسی برای این بخش در نظر گرفت. با توجه به کاهش آهنگ رشد جمعیت و کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان داخلی، ادامه رشد و توسعه این صنعت مستلزم حضور در بازارهای منطقه است. از جمله مهم‌ترین بازارهای منطقه برای صادرات مواد غذایی ایران سه کشور روسیه، عراق و عمان است. بررسی ساختار رقبا در بازار و ارزیابی شرایط عرضه و تقاضا در بازارهای بین‌المللی از محورهای اساسی مورد نیاز برای حضور

براساس قانونی نانوشته در کلان اقتصاد ایران، وقتی از تولید صحبت می‌کنیم؛ بسیاری ناخودآگاه به صنایع سنگین توجه دارند و رونق تولید را در صنایع بالادستی جست‌وجو می‌کنند که البته کار اشتباهی هم نیست؛ اما نکته اصلی این است که تکمیل زنجیره تولید می‌تواند ارزش افزوده برای کشور ایجاد کند، نه تولید در صنایع بالادستی و فروش مواد اولیه خام. در حالی که بسیاری از صنایع در حال حاضر در رکود نسبی به سر می‌برند، یکی از بخش‌هایی که امروز می‌توانیم به آن توجه ویژه داشته‌ایم و برای تحقق فرمایشات رهبری از آن بیشترین استفاده را داشته باشیم، صنایع غذایی در ایران است، صنعتی که سهم بالایی از گردش اقتصادی و تولید ناخالص ملی کشورمان را به خود اختصاص داده‌اند. این صنعت مهم و پیشرو نقش بسیار تعیین‌کننده‌ای در توسعه اقتصادی کشور، به‌ویژه در شرایط حساس و استراتژیک فعلی ایران، ایفا می‌کند؛ به این دلیل که توجه به این بخش از اقتصاد کشور علاوه بر تامین نیازهای داخلی و امنیت غذایی فرصتی برای ارزآوری با صادرات خواهد شد. براساس آمارهای موجود بیش از ۱۰ درصد از ارزش افزوده بخش صنعت کشور از تولیدات صنعت غذایی تامین می‌شود و در سال ۹۷ صادرات محصولات تبدیلی کشاورزی و مواد غذایی ایران به ۵/۵ میلیارد دلار رسید که با وجود تحریم‌های شدید علیه ایران این رقم چشمگیر است. در حال حاضر



هزینه‌های حمل و نقل بالا می‌رود و کیفیت مواد غذایی به دلیل شرایط نامناسب حمل و نگهداری پایین می‌آید. در شرایطی که بحران کرونا جهان را فرا گرفته است، تامین مواد غذایی مورد نیاز مردم که از کالاهای اساسی است، قطعا در اولویت است؛ بنابراین تقاضا برای بسیاری از مواد غذایی بیشتر از گذشته است و تولیدکنندگان در سنگر تولید بیش از گذشته با تلاشی مضاعف به تولید و تامین نیازهای اساسی مردم مشغولند. از پیامدهای بحران جهانی کرونا این است که تولیدکنندگان مواد غذایی فاسدشدنی احتمالا با افزایش تقاضا مواجه خواهند شد؛ موضوعی که تاکنون در تقاضای حبوبات در سراسر جهان مشاهده شده است. طبعاً بسیاری از مواد غذایی که خواص آن‌ها در تقویت سیستم ایمنی بدن برای مردم روشن شده است و با توجه به همه‌گیری این ویروس و نقش مهم ارزش تغذیه‌ای مواد غذایی، تقاضا برای این نوع مواد غذایی بالا خواهد رفت که قطعاً تلاش و مجاهدت مضاعف تولیدکنندگان را می‌طلبد.

تامین سرمایه در گردش بنگاه‌های تولیدی همواره یکی از بنیادی‌ترین نیازهای تولید بوده و هست؛ موضوعی که در شرایط سخت و حساس فعلی به شدت تولیدکنندگان را تحت فشار قرار داده است و باید در اولویت برنامه‌های دولت قرار گیرد. هدایت نقدینگی به سوی بازار سرمایه از ضرورت‌های کمک به رونق تولید در صنعت غذاست. اعطای تسهیلات بانکی به بنگاه‌های اقتصادی طبق یک برنامه مشخص و عملیاتی، لازمه کمک به چرخه تولید و جلوگیری از رکود یا تعطیلی بسیاری از واحدهای تولیدی و به ویژه کمک به تولیدکنندگانی است که با برنامه، هدف و ایده‌های نو و عملیاتی وارد عرصه تولید شده‌اند یا پژوهشگران و شرکت‌های دانش‌بنیان که مایلند طرح‌های عملیاتی و نوآورانه مورد نیاز کشور را به عرصه تولید وارد کنند. استفاده از حداکثر ظرفیت صندوق‌های سرمایه‌گذاری برای طرح‌ها و پروژه‌های تولیدی از ابزارهای مهم تامین سرمایه تولید است که باید پویایی کافی به این عرصه سرمایه‌گذاری تزریق شود. برای اینکه فعالان اقتصادی بتوانند به ورود به فضای کسب و کار و انجام سرمایه‌گذاری ترغیب شده و برای آن برنامه‌ریزی کنند، ثبات ارزی یکی از مسایل مهم و تعیین‌کننده است؛ به علاوه پیش‌بینی ناپذیری وضعیت ارزی نیز می‌تواند امنیت سرمایه‌گذاران را تهدید کند. در شرایط فعلی باید زمینه فعالیت بخش خصوصی را فراهم و در کنار آن از اقبال ضعیف جامعه، مستقیم حمایت کرد. پتانسیل و ظرفیت تولید بالا، تنوع اقلیمی و تولیدی، انحصار تولید در برخی محصولات و وجود مزیت نسبی در تولید برخی محصولات کشاورزی از مزیت‌های مهم ایران نسبت به بسیاری از کشورها برای حضور در بازارهای جهانی است؛ البته استفاده از این فرصت بی‌نظیر مستلزم عزمی جدی برای رفع محدودیت‌ها و موانع این صنعت است.

موفق این صنعت در بازارهای بین‌المللی و به ویژه کشورهای همسایه است. طبق برآوردها گردش مالی مواد غذایی در ایران حدود ۱۰۰ میلیارد دلار است. بررسی‌ها نشان می‌دهد صنایع غذایی بالاترین سهم را در ایجاد اشتغال در کشور داشته و پیش‌بینی‌ها بر این نکته استوار است که این بخش امکان توسعه اشتغال در اقتصاد کشور را بیش از سایر بخش‌های صنعتی خواهد داشت. صنایع غذایی با بیش از ۲۵۰۰ کارگاه تولیدی در بین ۱۳ هزار کارگاه صنعتی با ده نفر کارگر و بیشتر، بزرگ‌ترین صنعت کشور از لحاظ تعداد، ارزش افزوده و میزان اشتغال‌زایی محسوب می‌شود. صنایع غذایی به تنهایی ۱۶/۸ درصد از کل اشتغال صنعتی کشور را از آن خود کرده‌اند. در صورت حمایت کافی، این بخش امکان توسعه اشتغال در اقتصاد کشور را بیش از سایر بخش‌های صنعتی خواهد داشت. اصلاح نظام بانکی، اصلاح قوانین تامین اجتماعی، اصلاح قوانین کار و اصلاح قوانین مالیاتی از ملزومات بسترسازی برای یک حرکت رو به رشد در حوزه تولید صنعت غذاست. کاهش سود بانکی برای تولیدکنندگان صنایع غذایی و کاهش مالیات عملکرد برای صنایع غذایی و ایجاد صندوق بیمه برای واحدهای صنایع غذایی از نیازهای اساسی تولیدکنندگان در این صنعت است. مبارزه با رانت و فساد، مبارزه با قاچاق مواد غذایی، رفع موانع و مشکلات بنگاه‌های صنعتی کوچک و شهرک‌های صنعتی، در نظر گرفتن تسهیلات و مشوق‌های لازم برای تولیدکنندگان، رفع مشکلات تامین مواد اولیه و دسترسی آسان و نیز حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان در این راستا می‌تواند شرایط را برای حضور موفق‌تر و پررنگ‌تر این صنعت مهیا کند. در حال حاضر یکی از مشکلات صنعت غذا، کمبود نقدینگی برای اصلاح زیرساخت‌ها، تامین مواد اولیه در چه یک و خرید دستگاه‌های بسته‌بندی نوین است. از آنجا که مواد اولیه این صنعت محصولات فصلی است، در زمان خاص و کوتاهی باید تمامی مقدار مورد نیاز از کشاورزان که تمایلی به فروش قسطی و نسیه ندارند نقدی خریداری شود؛ به همین دلیل چرخش سرمایه در این صنعت به زمانی طولانی نیاز دارد. بنابراین یکی از بزرگ‌ترین مشکلات تولیدکنندگان، به ویژه در صنایع غذایی، حجم کلان سرمایه مورد نیاز است. یکی از مهم‌ترین مشکلاتی که در دوران رکود پررنگ‌تر شده و تاثیر بسزایی بر عملکرد بنگاه‌های تولیدی داشته، مشکلات تامین مالی و نقدینگی این بنگاه‌هاست. از سوی دیگر، کمبود منابع مالی صنایع غذایی و عدم کارایی بازار سرمایه، موجب بالا رفتن هزینه‌های تامین مالی در تولید صنایع غذایی در ایران شده است؛ به طوری که در مقایسه با رقبای خارجی، رقابت‌پذیری صنعت غذا را کاهش داده است. کوچک بودن اراضی کشاورزی، یکپارچه نبودن، هدررفت منابع آبی و محدودیت‌های مالی، کشاورزان را با مزیغه مواجه کرده و باعث می‌شود دلالتان و واسطه‌ها فعال شوند. در این میان،





تاکید بر رعایت الزام‌های پیشگیری از  
**شیوع بیماری کروناویروس**  
و گزارش اقدامات ضروری در واحدهای تولیدکننده  
مواد غذایی و آشامیدنی



### رعایت نکات بهداشتی در تامین مواد اولیه

۱. مواد اولیه خام نظیر فرآورده‌های خام دامی و دریایی از واحدهای صنعتی و کشتارگاه‌های دارای مجوزهای لازم از مراجع ذیصلاح (سازمان دامپزشکی و سایر نهادهای مرتبط) تهیه شده و کنترل و نظارت کافی در زمان خرید و طی حمل و نقل تا درب کارخانه تحت نظارت مسوول فنی انجام شود.
۲. مواد اولیه خام کشاورزی حتی الامکان از واحدهای کشت و صنعت دارای مجوزهای قانونی یا از مراکز عرضه معتبر از سوی وزارت جهاد کشاورزی که تحت پایش و کنترل‌های لازم است، تامین شده و تحت نظارت و کنترل‌های دقیق مسوول فنی حمل و نگهداری شود.
۳. به منظور جلوگیری از آلودگی ثانویه مواد اولیه با ویروس کووید ۱۹ از طریق هوا، مواد اولیه تا حد امکان به صورت بسته‌بندی یا با پوشش مناسب نگهداری و حمل و نقل شود.

### رعایت نکته‌های بهداشتی در حمل و نقل و توزیع

۱. کلیه وسایل و ابزار مورد استفاده در حمل و نقل مواد اولیه و محصول نهایی، به ویژه تانکرها و وسایل نقلیه، با مواد ضد عفونی کننده مناسب، ضد عفونی شده و بارگیری انجام شود. بهتر است در زمان حمل و نقل از پوشش مناسب استفاده شود.
۲. سکوهای بارگیری و تخلیه، پالت‌ها و لیفتراک‌ها قبل از جابه‌جایی با مواد مناسب ضد عفونی شوند.
۳. کارکنان و متصدیان حمل و نقل باید مجهز به ماسک و دستکش بوده و قبل از ورود به محل کار به طور کامل معاینه شوند.
۴. در زمان توزیع و عرضه محصولات، به منظور پیشگیری از تماس مستقیم افراد، از سبدهای قابل شست و شو یا کارت‌ن به عنوان بسته‌بندی ثانویه و شرینگ کردن محصولات استفاده شده و از قرار دادن بسته یا سبد در کف خیابان و معابر خودداری شود.

### رعایت نکات عمومی برای کلیه واحدهای تولیدی، نگهداری و توزیع

۱. آموزش کارکنان در زمینه کرونا ویروس، علائم و نحوه پیشگیری از ابتلا در دستور کار قرار گرفته و سوابق آن جهت ارایه به بازرسان معاونت‌های غذا و دارو نگهداری شود.
۲. در صورت وجود موارد مشکوک به ابتلا در اعضای خانواده کارکنان، مستخدم برابر دستور العمل قرنطینه اجازه حضور در محل کارخانه را (تا سپری شدن مدت زمان قرنطینه) نخواهد داشت.
۳. در صورت به کارگیری کارکنان فصلی یا روزمزد بدون سابقه فعالیت در آن کارخانه، داشتن کارت بهداشت معتبر الزامی است.

### رعایت نکات بهداشتی عمومی و فردی در محل تولید و بسته‌بندی

۱. کنترل دمای بدن کلیه کارکنان در بدو ورود به محل کارخانه، تحت نظارت مسوول فنی انجام شده و از ورود افراد مشکوک به علائم حاد تنفسی (بیماری کرونا ویروس) به محل کارخانه جلوگیری شود.
۲. رعایت مقررات بهداشت فردی برای کلیه کارکنان، به ویژه کارکنان مرتبط با سالن‌های تولید، بسته‌بندی و انبارش مواد اولیه و محصول، باید به طور جدی و

دکتر محمدحسین عزیزی

مدیرکل فرآورده‌های غذایی و آشامیدنی سازمان غذا و دارو





مالک نیری

## عضو هیات مدیره انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس

📌 **سطح دانش در بخش‌های مختلف مدیریتی و فنی در صنایع غذایی استان به چه میزان است؟ اصولاً نقش و تاثیر آموزش‌های کاربردی در توسعه بازار واحدها و همچنین رفع برخی از موانع پیش روی تولید آن‌ها چیست؟**

به جز تعداد محدودی از صنایع غذایی که طی چهار دهه گذشته در استان عمدتاً بر پایه تجربه بنا شده‌اند، یکی از عمده‌ترین مشکلات در این صنعت همین موضوع است که خوشبختانه در حال حاضر با حضور نسل جدید سهام‌داران عمده و مدیران، ورود دانش به واحدها دارای رشد خوبی است و در صورتی که آموزش‌های کاربردی در این واحدها اعمال شود، مطمئناً دو بازوی قوی دانش و تجربه نسل قدیم و جدید می‌تواند تحول اساسی در این صنعت به وجود آورد. متأسفانه یکی از مشکلاتی که در این استان وجود دارد، ساختار قوانین و مقررات فرسوده‌ای است که نه تنها جنبه حمایتی از بخش تولید نداشته، حتی به لحاظ تعدد آن‌ها، ورود و توسعه در بخش صنعت را بسیار سخت و کند کرده است. اما در مقابل، بخش دلالی به دلیل نیاز نداشتن به دریافت مجوزهای قانونی و سوددهی بیشتر و نپرداختن هزینه‌های سربار، مالیات و بیمه تامین اجتماعی رشد چشمگیری داشته است، وجود سه عنصر دانش، تجربه و آموزش کاربردی به صورت پیوسته می‌تواند قیمت تمام شده محصولات را کاهش دهد.

📌 **با توجه به اینکه شما در صنعت نوشیدنی و خدمات و پشتیبانی فنی مهندسی سوابق چشمگیری دارید و نظر به اینکه این حوزه، یکی از حوزه‌های پراشتغال و پربازده در صنایع**

📌 **با توجه به توانمندی‌های وسیع استان فارس در حوزه صنعت کشاورزی و نظر به نام‌گذاری سال ۱۳۹۹ به عنوان سال جهش تولید و سال ۱۴۰۰ به عنوان سال تولید، مانع‌زدایی‌ها و پشتیبانی‌ها توسط مقام معظم رهبری، انتظاراتی تولیدکنندگان محصولات غذایی از حمایت‌های دولت در این راستا را بیان کنید.**

یکی از مهم‌ترین موضوع‌هایی که در سال جاری به لحاظ نام‌گذاری تحت عنوان سال تولید، مانع‌زدایی‌ها، پشتیبانی‌ها و انتظاراتی تولیدکنندگان محصولات غذایی از حمایت‌های دولت به نظر می‌رسد، این است که قبل از تغییر یا اصلاح قوانین، سازمان‌ها و نهادهای حاکمیتی، خصوصاً بدنه کارشناسی، در عمل به این باور و اعتقاد مبنی بر حمایت و تسهیل در بخش تولید و کارآفرینی برسند؛ دوم اینکه استان فارس یکی از استان‌های سرآمد در حوزه صنایع غذایی از بعد وجود تعداد چشمگیر واحدهای تولیدی کوچک و متوسط در این حوزه است. لذا ضرورت دارد در موارد ذیل اقدامات جدی صورت پذیرد:

۱. حمایت جدی حاکمیت در حوزه ارتقای دانش؛
۲. حمایت جدی حاکمیت از واحدهای تولیدی کوچک و نوپا؛
۳. برنامه‌ریزی جدی در راستای توسعه صادرات؛
۴. برنامه‌ریزی در خصوص برندسازی؛
۵. برنامه‌ریزی در خصوص تکمیل زنجیره تولید و توزیع؛
۶. برنامه‌ریزی در خصوص توانمندسازی مالی واحدها؛
۷. برنامه‌ریزی در خصوص ارتقای تکنولوژی در واحدهای تولیدی.



لازم را از خلاصه‌ای کنند.

## غذایی قلمداد می‌شود، وضعیت موجود این حوزه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

صنعت نوشیدنی در تمام دنیا یکی از شاخه‌های اصلی صنعت غذا محسوب می‌شود و گردش مالی بسیار چشمگیری دارد و طبعاً در ایران هم همین گونه است. خوشبختانه در استان فارس طی چند سال گذشته بارش فراوانی در این صنعت رو به رو بوده‌ایم؛ اما به نظر می‌رسد باید در بخش تحقیق و توسعه این صنعت توجه جدی و سرمایه‌گذاری بالایی صورت پذیرد تا باعث ایجاد ارزش افزوده بسیار بالاتری برای محصولات نوشیدنی شود. بالطبع با توجه به محدودیت‌هایی که در حوزه منابع آب وجود دارد و پتانسیل فراوانی که در صنعت کشاورزی، به خصوص در حوزه مرکبات، در استان وجود دارد، تحقیق و توسعه می‌تواند با فرصت‌های بیشتر در صنایع تبدیلی و کشاورزی، به‌ویژه در صنعت نوشیدنی، بسیار راهگشا باشد؛ اما در حوزه پشتیبانی در استان فارس به‌رغم وجود شرکت‌های صنایع غذایی متعدد، در بخش ارائه خدمات فنی مهندسی و ساخت ماشین‌آلات و تجهیزات صنایع غذایی ضعف ساختاری وجود دارد. این در حالی است که سایر استان‌های توانمند کشور که در حوزه صنعت غذا فعالیت خوبی دارند، همانند خراسان، تبریز و اصفهان، خدمات فنی مهندسی و ساخت ماشین‌آلات صنایع غذایی بسیار پیشرفت داشته که می‌تواند مسوولان استان فارس به این موضوع توجه جدی کرده و حمایت‌های

## وضعیت ماشین‌آلات واحدهای صنایع غذایی و تبدیلی در استان فارس چگونه است؟ آشنایی و بهره‌گیری تولیدکنندگان استان از تکنولوژی‌های روز دنیا 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؟

عمده تولیدکنندگان فعال در صنعت غذا به دانش و تکنولوژی روز دنیا در حوزه ماشین‌آلات و تجهیزات، مجهز نیستند و این باعث افزایش قیمت تمام‌شده و از بین بردن بخشی از منابع در حوزه مواد اولیه و نیروی انسانی می‌شود. در این راستا، مسوولان و صنعتگران، با بی‌توجهی، منابع و سرمایه زیادی را برای تهیه ماشین‌آلات و تجهیزات مورد نیاز از استان خارج می‌کنند. این در حالی است که به دلیل اینکه امکان تهیه این ماشین‌آلات و تجهیزات در خود استان فراهم نیست، بالطبع مبالغ بیشتری باید پرداخت شود و استفاده از تکنولوژی بهتر هم میسر نمی‌شود. ضرورت دارد در صنایع غذایی استان، دولت به منظور نوسازی صنایع به صورت عملی و جدی از صنعتگران حمایت کند.



## 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؟

وضعیت شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌های صنعت غذا در استان فارس به‌رغم گذشت مدت کوتاهی از زمان شروع فعالیتشان به‌نظر می‌رسد بسیار خوب رشد کرده و مسیر مطلوبی را به‌عنوان نقشه‌راه انتخاب کرده‌اند. به‌خصوص در حوزه قطعات و تجهیزات، لازم است صنعت غذای استان جهت به‌روز شدن با همکاری این شرکت‌ها مسیر رشد و بالندگی را برای صنعت غذا در استان هموار کنند.

پیشنهاد می‌شود شرکت‌های صنایع غذایی با همکاری و حمایت اتاق بازرگانی فارس و انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی استان فارس به تسهیل و راه‌اندازی بخش R&D با مشارکت شرکت‌های دانش‌بنیان اقدام کرده تا امکان جذب فارغ‌التحصیلان خلاق و با استعداد و با انگیزه را در حوزه تحقیق و پژوهش کاربردی فراهم کنند. راه برون‌رفت از شرایط رقابت‌پذیری نسبتاً ضعیفی که استان فارس در مقایسه با سایر استان‌های شاخص در حوزه صنعت غذا، با آن روبه‌روست، همکاری با شرکت‌های دانش‌بنیان و فعال شدن در حوزه تحقیق و پژوهش و تسهیل و حمایت سازمان‌ها و نهادهای نظارتی در استان 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، پیشنهادها، توصیه‌ها و راهکارهای شما برای مدیریت این بحران‌ها چیست؟ انتظاراتی که شما در قالب انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی استان از دولت برای حمایت از تولیدکنندگان چیست؟

در شرایط کنونی که شیوع ویروس کرونا هزینه‌های هنگفتی را هم برای مصرف‌کنندگان و هم تولیدکنندگان به وجود آورده است، به‌نظر می‌رسد اتفاق مطلوبی که رخ داده، تغییر نگاه به صنعت و به‌خصوص فروش و همچنین مواجهه واحدهای صنعتی با بحران‌هاست که تجربه ارزشمندی است؛ ولی مشکل اساسی که حاکمیت می‌بایست مدنظر قرار دهد، عدم حمایت عملی از تولید است که بیشتر در قالب شعار خود را نشان داد و تا زمانی که این تفکر حاکم باشد، امکان موفقیت در رشد اقتصادی و دیگر شاخه‌ها فراهم نخواهد شد. در این شرایط اما بخش خصوصی با سه مساله اساسی مواجه شد و تقریباً تا سرحد ورشکستگی هم پیش رفت: نخست، تحریم‌ها (هم داخلی و هم بیرونی)؛ دوم، وضعیت شیوع ویروس کرونا و سوم، قوانین و مقررات و بوروکراسی اداری بسیار نامطلوب که در این راستا، لازم است تشکل‌های بخش خصوصی بدون هیچ‌گونه نگرانی، مطالبه‌گر رفع موانع در حوزه تولید باشند.

## سطح برندسازی در صنایع غذایی استان به چه میزان است؟

متأسفانه برندسازی در صنایع غذایی کشور وضعیت مناسبی ندارد؛ به‌خصوص در استان فارس به‌جز تعداد محدودی که یا جزو برندهای قدیمی هستند یا اینکه در سال‌های اخیر و آن‌هم بدون حمایت دولت و صرفاً با تلاش‌های بخش خصوصی فراهم شده، توفیق چندانی نداشته‌ایم و لازم است با توجه به فرصت‌هایی که در این استان در حوزه صنعت غذا وجود دارد، به‌منظور برندسازی جهانی و کشوری، اقدامات جدی‌تری از سوی بخش خصوصی و البته حمایت محکم‌تری از سوی دولت صورت پذیرد.



## 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 به صورت جداگانه بیان کنید.

در حوزه صادرات به‌رغم موقعیت استراتژیک استان فارس در منطقه جنوب کشور، به دلایل متعدد و وجود موانع جدی، امکان استفاده مطلوب از این فرصت و موقعیت میسر نیست و به‌نظر می‌رسد تا زمانی که رویکرد نهادهای حاکمیتی و تولیدکنندگان تغییر اساسی نکند، وضع مطلوبی نخواهیم داشت، که به اختصار می‌توان موانع زیر را مطرح کرد:

اولین مانع، دیدگاه نادرست بعضی از صنعتگران در خصوص محصولات صادراتی به مقصد کشورهای همسایه است. آن‌ها توجه کافی و جدی به کیفیت محصول و بسته‌بندی آن ندارند و این مساله یکی از تهدیدهای جدی حضور پیوسته محصولات ایران در بازارهای خارجی است.

مانع دوم، به دلیل عدم حمایت برنامه‌ریزی شده و ایجاد برندینگ، شرکت‌های ایرانی با ایجاد رقابت منفی به شدت قیمت‌های خود را کاهش داده و پس از مدت کوتاهی که در کشوری ورود پیدا می‌کنند، طرف تجاری با شناخت از این فرهنگ در جهت کاهش قیمت، تولیدکنندگان داخلی را به جان همدیگر می‌اندازد؛ حتی بعضی از خریداران پا را فراتر گذاشته و وضعیت و میزان کیفیت را خود انتخاب می‌کنند.

مانع سوم، قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های دست‌وپاگیری است که بسیار زمان‌بر بوده و باعث افزایش قیمت تمام شده می‌شود. می‌بایست فرآیند اصلاح آن در استان امکان‌پذیر باشد که متأسفانه این‌گونه نیست.

و در آخر، در صورتی صادرات مطلوب و موثر می‌تواند صورت پذیرد که موارد فوق برطرف و در نهایت با مدیریت و یک نقشه‌راه مشخص و با برندسازی، صادرات انجام شده و از ایجاد رقابت ناسالم و هدررفت ثروت ملی جلوگیری شود.

## وضعیت شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌های صنعت غذا در استان فارس چگونه است؟ به‌طور کلی توسعه این





## محمدعلی صفایی، مدیرعامل شرکت به یک

واحد نمونه روز جهانی غذا در سال ۱۳۹۸

توسعه تولید را عملیاتی کند. اکنون که نزدیک به سه دهه از خدمتگزاری و تولید محصولات غذایی با نشان «به یک» را سپری کرده‌ایم، با کوله‌باری از تجربه، توانسته‌ایم پاسخگوی سلیقه مشکل‌پسند هموطنان گرامی باشیم. اصرار در استفاده از باکیفیت‌ترین محصولات استان، نظارت بسیار دقیق و کنترل دائمی کیفیت محصول ورودی و تولیدی به همراه بهره‌گیری از بسته‌بندی‌هایی بالاترین استانداردها، از جمله مواردی است که در کارخانه «به یک» به عنوان اصول اولیه در نظر گرفته شده است و با حساسیت اعمال می‌شود.

### توانمندی‌ها، گستره فعالیت‌ها و نوع محصولات شرکت را به صورت کامل تشریح کنید.

کارخانه محصولات غذایی «به یک» به صورت تخصصی دو محصول رب گوجه‌فرنگی و خیارشور را در قالب انواع بسته‌بندی‌ها با توجه به نیاز بازار در وزن‌های خاص، روانه بازار مصرف داخلی و خارجی کرده است. بی‌شک تولید محصولی که بتواند پاسخگوی سلیقه مصرف‌کننده در طیف‌های مختلف باشد، مسوولیتی بسیار دشوار است که «به یک» توانسته است با اولویت دادن به کیفیت محصول و رعایت کلیه اصول تولید سالم و استاندارد، به این مهم دست یابد.

### جلب رضایت مشتریان در شرکت «به یک» با چه سیاست و فرآیندی است و در این راستا چه اقدامات خاصی صورت گرفته است؟

محمدعلی صفایی، متولد ۱۳۳۷، دارای مدرک تحصیلی دیپلم در رشته علوم تجربی است. او از ۱۳۷۰ مدیریت عامل شرکت «به یک» شیراز را عهده‌دار است؛ علاوه بر این، پانزده سال عضویت در هیات‌مدیره انجمن صنایع کنسرو و فارس را عهده‌دار بوده و از بدو تولید، عضو انجمن کارفرمایان کارخانه‌های تولید رب گوجه‌فرنگی و شوربیجات در منطقه است.

شرکت «به یک» از ۱۳۷۲ موفق به اخذ پروانه استاندارد ملی در سطح کشور شده و با ایجاد واحد جدید در ۱۳۹۵ ظرفیت روزانه خود را به ۶۰۰ تن در روز افزایش داده است. این شرکت در حال حاضر با ۸۰ نفر پرسنل به صورت مستقیم و ۲۰۰ پرسنل به صورت غیر مستقیم، یکی از باکیفیت‌ترین و بهترین شرکت‌های استان فارس در زمینه تولید رب گوجه‌فرنگی و شوربیجات است. این شرکت با بهره‌برداری از پیشرفته‌ترین دستگاه‌های بسته‌بندی اسپتیک در سال ۱۴۰۰ از جمله واحدهای برتر منطقه به حساب می‌آید. کارخانه تولید محصولات غذایی «به یک» سال ۱۳۷۲ در ۶۰ کیلومتری شمال شیراز و میان حاصلخیزترین دشت‌های فارس با هدف تولید رب گوجه‌فرنگی و محصولات مرتبط، با پشتوانه تلاش و همت و اعتقاد به یکتای بی‌همتای آن اتفاق افتاد و شروع به فعالیت کرد. با نگاهی به آینده، گام‌های آغازین، با مطالعه و در نظر گرفتن تولید محصولی درخور نام ایران و فارس برداشته شد. توجه و ریزبینی به کیفیت بسیار بالا، رعایت کلیه اصول بهداشتی و بهره‌گیری از کارکنان کارآموده، نیاز کارخانه را به استفاده از دستگاه‌های مدرن روز و مکانیزه رقم زد؛ از این رو کارخانه بر آن شد تا بهترین‌های موجود را برای تولید محصولات هدف، خریداری و طرح‌های

رب گوجه فرنگی بخرید. در ابتدا از قفسه یک قوطی رب برمی‌دارید و به صورت اتفاقی در قفسه بعدی نوع کلیددار آن را می‌بینید و قوطی اول را جای خود می‌گذارید و نوع کلیددار آن را داخل سبد می‌گذارید، در اینجا مزیت رقابتی انتخاب دوم شماست.

### در زمینه ارایه محصولات با بسته‌بندی و شکل ظاهری جذاب و البته با کیفیت، برنامه و سیاست افق «به‌یک» چیست؟ به چه میزان در این زمینه موفق بوده‌اید؟

این شرکت از شروع تاسیس همواره در پی تولید محصولات با کیفیت با بسته‌بندی متنوع بوده است. «به‌یک» با توجه به نیاز روز و مشتریان، همواره اهتمام ورزیده شکل‌ترین و زیباترین بسته‌بندی‌ها را در اوزان ۴۰۰ گرمی، ۷۵۰ گرمی، ۸۰۰ گرمی، ۱۵۰۰ گرمی، ۳۰۰۰ گرمی، ۴۵۰۰ گرمی، ۹ کیلوگرمی و ۱۷ کیلوگرمی به بازار عرضه کند. سیاست این شرکت در سال ۱۴۰۰ بسته‌بندی‌های مختلف به صورت اسپتیک به منظور گسترش صادرات و جذب بازار داخلی با توجه به تاکید اداره نظارت بر مواد غذایی مبنی بر تولید رب اسپتیک است که با خرید و نصب دستگاه اسپتیک ۹۰ درصد در این زمینه موفق بوده است.

### اصلی‌ترین مشکلات و تنگناهای پیش روی شرکت «به‌یک» و به‌طور کلی صنایع غذایی استان، در تامین مواد اولیه، تجهیزات مورد نیاز، تولید و توزیع محصولات چیست و برای حل این مشکلات از چه راهکارهایی استفاده کرده‌اید؟ انتظارات شما از دولت چیست؟

- ۰۱ نقدینگی؛
- ۰۲ هزینه خرید و تامین ماشین‌آلات؛
- ۰۳ مواد اولیه؛
- ۰۴ نیروی انسانی باتجربه؛
- ۰۵ بسته‌بندی؛
- ۰۶ مقررات و قوانین دست‌وپاگیر اداری، از جمله مالیات ارزش افزوده و غیره.

### اهداف و آرمان‌های پیش روی شما در این مجموعه را بیان فرمایید؟

از جمله اهداف و آرمان‌های پیش رو، خرید و تجهیز و راه‌اندازی خط تولید با تکنولوژی به روز، تولید رب اسپتیک در بسته‌بندی‌های متنوع و افزایش توان تولید سایر فرآورده‌هاست.

- ۰۱ وقت‌شناسی در پاسخ‌دادن به مشتریان و گوش‌دادن به نظرات آن‌ها؛
- ۰۲ مسوولیت‌پذیری و امکان برقراری ارتباط با مشتریان؛
- ۰۳ افزایش وفاداری به مشتریان.

### چه اقداماتی باعث انتخاب شرکت «به‌یک» به‌عنوان واحد نمونه روز جهانی غذا در ۱۳۹۸ و همچنین سایر عنوان‌ها و افتخارهای کسب‌شده از سوی این مجموعه در سال‌های اخیر شده است؟

همواره بیشترین تلاش این شرکت در راستای توسعه اهداف کمی و کیفی و رسیدن به استانداردهای جهانی و همچنین بهبود شاخص‌های کیفیت، تنوع محصول، احترام و ارتباط با مشتریان و برخورداری از دستگاه‌های پیشرفته و استانداردهای ایزو ۲۲۰۰۰، ایزو ۹۰۰۱ و حلال haccp بوده است.

### مهم‌ترین شاخص انتخاب واحدهای نمونه روز جهانی غذا، ایمنی، سلامت و کیفیت محصولات تولیدی است. شرکت «به‌یک» در فرآیند تولید فرآورده‌های کنسروی با بالاترین سطح ایمنی و کیفی، از چه روش‌ها و فرآیندهایی برای موفقیت در این بخش بهره گرفته است؟

حفظ و ارتقای ایمنی و سلامت، اهمیت ویژه به تولید محصولات با کیفیت و خرید مواد اولیه مرغوب و از همه مهم‌تر مطابقت محصول با استانداردهای داخلی و بین‌المللی و رضایت مشتری از جمله سیاست‌های این شرکت از بدو تاسیس تا کنون بوده است.

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

این شرکت سه روش را مورد بررسی قرار می‌دهد:  
۰۱ بازار هدف: مشتریانی هستند که موجب سود و زیان شرکت می‌شوند. بدون آن‌ها شرکت با مشکل روبه‌رو می‌شود و اکثریتی هستند که از کالای ما استفاده می‌کنند.

۰۲ جذب و حفظ مشتریان: جذب مشتری و حفظ آن، یعنی موفقیت در شغل که یکی از مهم‌ترین راه‌های موفقیت و کسب درآمد، جذب مشتریان جدید و حفظ مشتریان قدیم است.

۰۳ مزیت رقابتی: فرض کنید شما وارد فروشگاه می‌شوید و باید یک قوطی







## محمد نقشینه فرد، مدیرعامل شرکت نمک هامر

واحد نمونه روز ملی صنعت و معدن در سال ۱۳۹۹

کشور (ارژن، دایتی، لبنیات طسوج، آذوقه، به فا، صدک، یک و یک، رب گوجه سیوند، رب گوجه شادی و رب گوجه وسام) و ارگان‌های دولتی (اداره کل زندان‌های استان فارس، فرودگاه بین‌المللی شیراز، پایگاه هوایی شیراز و بوشهر و هتل هما شیراز) و فروشگاه‌های زنجیره‌ای (رفاه، اتکا، تیرازیس، نگین، کوثر و...) همکاری دارد.

📌 **محصولات شرکت را به صورت کامل معرفی و تشریح کنید.**  
نمک ۲۰ کیلو گرمی زبر UF هامر، نمک پنج کیلو گرمی زبر، نمک ۲،۵ کیلو گرمی زبر، نمک ۲،۵ کیلو گرمی نرم، نمک ۲۰ کیلو گرمی نرم هامر، نمک ۵۰۰ گرمی نرم هامر، نمک ۷۰۰ گرمی نرم هامر، نمک یک کیلو گرمی نرم نوس، نمک ۸۰۰ گرمی نوس، نمک ۸۰۰ گرمی نوس کارت و نمک ۲۵ کیلو گرمی پودری.

📌 **گستره فعالیت‌های بازاریابی، فروش و توزیع محصولات شرکت نمک هامر را بیان کنید.**  
استان‌های فارس، خوزستان، خراسان، کردستان، همدان، چهارمحال و بختیاری، بوشهر، هرمزگان، اصفهان، یزد، کرمانشاه و کشورهای عراق و عمان.

📌 **چه اقدامات، فرآیندها و سیاست‌گذاری‌هایی سبب انتخاب شرکت نمک هامر به عنوان واحد نمونه روز ملی صنعت و معدن**

**محمد نقشینه فرد، متولد ۱۳۵۱، دارای مدرک لیسانس ریاضی محض از دانشگاه بیرجند و فوق لیسانس ریاضی محض از دانشگاه کرمان و دکتری ریاضی محض از دانشگاه مشهد است. از جمله توانمندی‌های وی تسلط کامل به زبان‌های انگلیسی و عربی است.**

شرکت فردان ماشین شیراز (کارخانه تصفیه نمک هامر) واقع در شهرک صنعتی بزرگ شیراز با نام تجاری هامر در بین کارخانه‌های تصفیه نمک به روش شستشو، شاخص و برجسته است. زمین این کارخانه در آذرماه ۱۳۸۰ خریداری و بلافاصله عملیات ساختمانی آغاز و هم‌زمان طراحی و ساخت ماشین‌آلات توسط پرسنل این کارخانه انجام شد.

در فروردین ماه ۱۳۸۳ پروانه بهره‌برداری از طرف سازمان صنایع و معادن صادر و به دنبال آن، در آذرماه همان سال، پروانه ساخت و استاندارد دریافت شد. در ۱۳۸۴ با تغییر استاندارد از خلوص ۹۷ درصد به ۹۹٫۲ درصد برخی اقدامات اصلاحی در خط تولید برای رسیدن به حد مورد نظر و در ۱۳۸۷ برای دریافت گواهی‌های ISO 9001-2000 و HCCP اقدامات لازم انجام شد. این واحد صنعتی در حال حاضر با تولید نمک در اوزان ۵۰۰، ۶۰۰، ۷۰۰ و ۱۰۰۰ گرمی و ۲،۵ کیلو گرمی نرم یس‌دار و ۵-۲ و ۲۵ کیلو گرمی بدون ید و نیز رعایت کامل قوانین و ضوابط استاندارد، بخشی از نیاز داخلی را تامین می‌کند و یکی از عمده‌ترین صادرکنندگان نمک محسوب می‌شود.

قابل ذکر است که این شرکت با کارخانه‌ها و تولیدکننده‌های مهم در سطح

نوآوری و خلاقیت تولیدکنندگان.

**در ۱۳۹۹ و سایر عناوین و افتخارهای کسب‌شده توسط این مجموعه در سال‌های اخیر شده است؟**

مشتری‌مداری، کیفیت برتر و میزان تولید.

**افتخارها و موفقیت‌های کسب‌شده به‌وسیله شرکت نمک**

**هامر طی سال‌های اخیر در چه زمینه‌هایی بوده است؟**

واحد نمونه سال‌های ۹۴، ۹۷ و ۹۸ و کسب‌گرید A از سازمان غذا و دارو.

**شرکت نمک‌هامر، تاکنون موفق به دریافت چه استانداردها**

**و گواهی‌نامه‌هایی شده است؟**

گواهی iso9001 iso2000, HCCP.

**آیا در شرایط فعلی در حوزه صادرات هم فعالیت دارید؟**

**اصلی‌ترین مشکلات و تنگناهای پیش روی صادرات محصولات**

**غذایی به سایر کشورها چیست؟**

خیر؛ به علت ممنوعیت‌های کشورهای همسایه و قوانین سخت و دست‌وپاگیر و حمایت‌نکردن دولت و رایزنی‌های اقتصادی در کشورهای همسایه در حل مشکلات صادرکنندگان.

**بسته‌بندی جذاب و باکیفیت محصول، چگونه به بهبود کلی**

**کیفیت محصول، فرآیند توسعه بازار و جلب نظر**

**مصرف‌کنندگان کمک می‌کند؟**

نمک هامر دارای بسته‌بندی محکم و استفاده از لفافه و پلاستیک مرغوب است که به راحتی پاره نمی‌شود و طراحی جذاب آن باعث جذب مشتری می‌شود؛ همچنین تنوع اوزان، دسترسی به وزن دلخواه و مناسب را برای مصرف‌کننده آسان می‌کند.

**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 کاری خود ایجاد**

**کند؟**

کیفیت خوب، مشتری‌مداری، خدمات پس از فروش، تداوم کار و کوشش در گذر از مشکلات موجود.

**اصلی‌ترین مشکلات و تنگناهای پیش روی صنایع غذایی و**

**به‌صورت خاص، صنعت فراوری نمک، در کشور در شرایط فعلی**

**اقتصادی چیست؟ پیشنهادها و راهکارهای شما در این**

**خصوص چیست؟ انتظارهایتان به‌عنوان یکی از واحدهای**

**شاخص این حوزه از دولت چیست؟**

ثابت‌نبودن قیمت‌های مواد اولیه و هزینه‌های روزانه و همچنین هزینه‌های بالای حمل‌ونقل و دخالت ارگان‌های دولتی در نحوه تولید و در نتیجه سرکوب

**اصلی‌ترین وجه‌تمایز این شرکت با سایر رقبا چیست؟**

استفاده‌نکردن از مواد شیمیایی (آنتی‌کیک) و تولید نمک ارگانیک، کیفیت خوب و بسته‌بندی مناسب و مقاوم.







حامی سلامت هموطنان عزیز  
مادرکننده برتر استان

# عزیز



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



[takchin\\_baharan@gmail.com](mailto:takchin_baharan@gmail.com)

آدرس دفتر تهران: پاسداران، خیابان گل نبی



۰۹۱۷۷۰۹۰۴۴۹



۰۲۱- ۲۶۷۱۴۳۳۱

آدرس کارخانه: کیلومتر ۶۵ جاده شیراز اصفهان،

شرکت محصولات غذایی تکچین بهاران





## ژیک ماکارون



۰۷۱ - ۳۲۶۲۹۲۳۸

۰۲۱ - ۸۸۷۱۲۱۱۵

۰۲۱ - ۸۸۷۱۱۷۴۸

فارس . شیراز . کیلومتر ۳۰ جاده

شیراز\_مرودشت . مقابل امام زاده قاسم زرقان

گروه کارخانه جات آرتا تجارت زرین







Design by: Koocham 09177148205



کنسرو ماهی تن  
**لوانجین**

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)



دادفەر



کیفیت

حق شماست...



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



# فرآورده‌های لبنی

## مقدمه

شیر تولیدی در ایران و دامداری‌های صنعتی قابل رقابت با بسیاری از دامداری‌های صنعتی کشورهای اروپایی است و از لحاظ کیفیت و ر کوردهای تولید، با کشورهای پیشرفته جهان رقابت می‌کند. شیر تولید شده در ایران از نظر سلامت و نبود بار میکروبی، بسیار فراتر از کشورهای منطقه است. میزان شیری که در کشور تولید می‌شود، به دلیل کیفیت مناسب، می‌توان به سایر کشورها صادر کرد. شیر، منبعی بسیار غنی از ویتامین‌ها و املاح، به‌ویژه کلسیم، است که نقشی مهم در سلامتی استخوان دارد. متخصصان تغذیه توصیه می‌کنند که شیر و دیگر فرآورده‌های لبنی بایستی جزء اصلی یک رژیم غذایی متعادل باشند. شیر و فرآورده‌های لبنی، ترکیبی متوازن و مناسب از دیدگاه سلامت و منبع بسیار مهمی از مواد اسید پانتوتینیک است. از مواد مغذی ضروری مانند کلسیم، ریبوفلاوین، فسفر، ویتامین‌های آ، دی و فرآورده‌های لبنی برخوردار بوده و شامل پروتئین‌های با کیفیت بالاست که برای پاسخگویی به نیازهای تغذیه‌ای بدن، بسیار مناسب هستند. پروتئین‌های شیر، ارزش تغذیه‌ای دیگر پروتئین‌های رژیم تغذیه‌ای مانند گروه غلات، حبوبات، میوه و سبزی را از راه فراهم آوری آمینواسیدها بالا می‌برند. شیر و فرآورده‌های لبنی شامل اسیدهای چرب اشباع بوده که با افزایش میزان کلسترول خون مرتبط هستند. مصرف متعادل لبنیات، در یک رژیم تغذیه‌ای مناسب و متوازن موجب تضمین سلامتی می‌شود.



## تعریف کالا

فرآورده‌های لبنی به آن دسته از مواد غذایی اطلاق می‌شود که همگی از شیر تولید می‌شوند. معمولاً ماده اولیه تولید انواع لبنیات، شیر گاو است؛ اما گاهی از شیر سایر پستانداران همچون بز، گوسفند و... هم استفاده می‌شود.

## وضعیت تولید محصول و جغرافیای تولید

ایران در حال حاضر با تولید سالانه ۹ میلیون تن، ۱/۲ درصد تولید جهانی شیر را به خود اختصاص داده است. لازم به ذکر است که از کل شیر تولیدی در جهان سه میلیون تن آن به شیر خشک، ۲/۳ میلیون تن به کشک، ۸/۵ میلیون تن به کره، ۱۹ میلیون تن به پنیر و چهار میلیون تن نیز به شیر غلیظ شده تبدیل می‌شود.

انواع لبنیات است؛ اما فرآیند تخمیری که روی ماست و دوغ انجام می‌شود، دیگر در شیر وجود ندارد و باکتری‌های مفیدی که داخل ماست و دوغ است، در شیر نیست. از سوی دیگر، به دلیل استفاده از حرارت در تولید ماست و دوغ و خروج مقداری آب در حین فرآیند تولید، ممکن است مقداری از مواد مغذی موجود در این محصولات از بین برود؛ ولی از طرف دیگر وجود باکتری‌های مفید در این محصولات لبنی ارزش افزوده‌ای به آن‌ها می‌دهد. این باکتری‌ها، سبب کمک به حفظ تعادل باکتری‌های موجود در روده کوچک می‌شوند. وجود این باکتری‌ها به هضم غذا، حفظ سلامت در برابر سرطان و کاهش کلسترول کمک می‌کند؛ بنابراین مصرف متعادل انواع لبنیات توصیه می‌شود. به صورت کلی انواع لبنیات که در این گروه غذایی قرار دارند، می‌توانند با هم جایگزین شوند و ارزش غذایی مشابهی دارند.

## معرفی برخی از انواع محصولات لبنی و خواص آن‌ها

**شیر:** مواد غذایی موجود در شیر، کلسیم، ویتامین D، ریبوفلاوین (ویتامین B2)، ویتامین B12، پتاسیم، فسفر و همچنین دارای مقدار مناسبی از ویتامین

## بهترین نوع لبنیات کدام است؟

شاید نتوان هیچ‌گونه برتری برای یک نوع خاص لبنیات قایل شد؛ چون هر کدام یک سری خصوصیات دارند که در دیگری نیست. شیر یکی از بهترین





## شاخص‌ترین نتایجی که از برخی پژوهش‌های علمی در خصوص مصرف فرآورده‌های لبنی به دست آمده است

**پوکی استخوان:** حذف شیر و فرآورده‌های لبنی از رژیم تغذیه‌ای می‌تواند منجر به عدم تامین نیاز بدن به کلسیم شود. این اختلال برای بانوان و افراد سالمند که نیاز بیشتری به کلسیم دارند، مصداق بیشتری دارد. کمبود کلسیم در بدن می‌تواند منجر به بروز اختلال‌هایی همانند پوکی استخوان شود.

**سرطان روده:** برخی تحقیقات علمی گواهی این مطلب است که احتمال ابتلا به سرطان روده در افرادی که روزانه شیر و فرآورده‌های لبنی را در رژیم تغذیه‌ای خود مصرف می‌کنند، کمتر است.

**فشار خون:** پژوهش‌های انجام شده در ایالت متحده نشان داده که مصرف میوه و سبزی به همراه لبنیات کم چرب، بیشتر از مصرف میوه و سبزی به تنهایی، فشارخون را پایین می‌آورد.

**دیابت نوع دو:** یک مطالعه جامع ده‌ساله روی سه‌هزار فرد بالغ مبتلا به چاقی نشان داده است که مصرف شیر و فرآورده‌های لبنی به جای شکر و دیگر کربوهیدرات‌ها می‌تواند در جلوگیری از ابتلا به دیابت نوع دو در افراد چاق موثر باشد.

## فرآیند تولید فرآورده‌های لبنی

پیش از انجام هرگونه فرآوری بر روی شیر، ابتدا بایستی شیر به وسیله دستگاه کلاریفایر از هرگونه آلودگی‌های فیزیکی پاک‌سازی و سپس با ورود به دستگاه دی‌اریتور با فرآیندهای استاندارد شده، بوهای نامطلوب از آن گرفته شود. پس از این به شیر برای رسیدن به دمای پاستوریزه کردن حرارت داده می‌شود. نیاز به گرم‌مادهی شیر در فرآیند پاستوریزه کردن این فرصت را به دست می‌دهد تا بتوان بدون صرف انرژی اضافه به دمای مناسب برای جداسازی چربی از شیر، قبل از پاستوریزاسیون دست یافت. در گذشته این چربی‌گیری به وسیله چرخ‌های شیر انجام می‌شد و امروزه با دستگاه‌های سپراتور می‌توان حداکثر مقدار چربی را از شیر خارج کرد. بسته به اهداف واحد تولیدی میزان استخراج چربی از شیر می‌تواند متفاوت باشد. چربی خارج شده به عنوان خامه اولیه شناخته می‌شود که می‌توان برای به دست آوردن محصولات بر پایه چربی، نظیر خامه صبحانه و شیرینی‌پزی، کره، روغن زرد و روغن کرمانشاهی استفاده کرد. با جدا کردن مقدار مورد نظر از چربی، شیر برای ورود به دستگاه هموژن مهیا می‌شود؛ به علاوه، ممکن است قبل از ورود به هموژن برخی افزودنی‌ها نظیر ویتامین‌ها و مکمل‌ها به شیر اضافه شود. اساسی‌ترین فرآیند در تبدیل شیر به هر محصول دیگری، پاستوریزه کردن آن است. فرآیند کلی پاستوریزه کردن شامل گرم کردن شیر تا دمای مورد نظر و دادن زمان مورد نیاز است. مهم‌ترین نتیجه به دست آمده در این فرآیند، از بین رفتن باکتری‌های مضر و مخرب است که

A، ویتامین‌های B1 و B6، سلنیوم، روی و منیزیم و همچنین مقدار اندکی چربی، پروتئین و کربوهیدرات است.

**پنیر:** به لحاظ پروتئین بالایی که دارد، جایگزینی برای گوشت شناخته می‌شود.

**ماست:** یکی از پر مصرف‌ترین محصولات لبنی است که از تخمیر شیر به وسیله آغازگرهای استرپتوکوکوس ترموفیلوس، لاکتوباسیلوس و بولگاریکوس به دست می‌آید و به لحاظ مواد تشکیل دهنده تفاوتی با شیر نداشته و تنها تفاوت، داشتن باکتری‌های مفید و نداشتن لاکتوز در ماست است که برای افرادی که حساس به لاکتوز هستند، بهترین جایگزین شیر است.

**دوغ:** از ترکیب آب و ماست بوده و به عنوان نوشیدنی تخمیری شیری تغییر یافته است. دوغ دارای ویتامین‌های B و D است.

**کره:** در اصل نوعی چربی است و به عنوان یک منبع انرژی غنی برای افراد لاغر و کم‌توان بسیار مفید است.

**خامه:** یکی از فرآورده‌های لبنی است که از چربی شیر گرفته می‌شود. خواصی شبیه به کره داشته و کاربردهای خاص خود را در صنایع غذایی دارد.

**کشک:** با حجم کم خود، در بر دارنده تمامی ویژگی‌های شیر است. کشک حاوی کلسیم، چربی، نمک، پروتئین و ویتامین نیاسین است.

**روغن حیوانی:** روغن حیوانی نقش مهمی در عملکرد تقویت سیستم ایمنی بدن و تامین ویتامین‌های ضروری، نظیر ویتامین A، D، E و K و تامین انرژی ضروری برای انجام عملکردهای حیاتی و عملکرد سیستم ایمنی قلب، مغز و استخوان ایفا می‌کند و دارای خواص ضد سرطانی و ضد التهابی است.

## مصرف لبنیات چه تاثیری بر سلامت استخوان‌ها و تقویت آن‌ها دارد؟

کلسیم ماده معدنی اصلی است که در استخوان‌های انسان وجود دارد و لبنیات بهترین منبع کلسیم در رژیم غذایی انسان است. لبنیات برای سلامتی استخوان فواید زیادی دارد. در واقع، بیشتر سازمان‌های بهداشتی توصیه می‌کنند که برای دریافت کلسیم کافی به منظور حفظ سلامت استخوان‌های خود، روزانه دو تا سه وعده لبنیات مصرف کنید. شواهد به دست آمده از مطالعه‌ها و آزمایش‌هایی که در این زمینه انجام شده، نشان می‌دهد که لبنیات، چگالی توده استخوان‌ها را تا حدود زیادی بهتر می‌کند، خطر مبتلا شدن به بیماری پوکی استخوان را تا حدود زیادی کمتر می‌کند و خطر شکستگی استخوان‌ها را در افراد مسن کاهش می‌دهد. لبنیات علاوه بر کلسیم مورد نیاز بدن، مواد غذایی مفید دیگری را هم به بدن می‌رساند. مواد غذایی تقویت‌کننده استخوان موجود در لبنیات، شامل پروتئین و فسفر است. در لبنیات پر چرب (از حیواناتی به دست آمده باشد که در مزارع و محیط‌های طبیعی رشد کرده باشند) مقدار مناسبی از ویتامین K2 هم وجود دارد.



- نتایج آزمون فلزات سنگین؛
  - نتایج آزمون باقی مانده داروهای دامی و آنتی بیوتیک‌ها و هورمون‌ها؛
  - نتایج آزمون باقی مانده سموم دفع آفات نباتی؛
  - نتایج آزمون عوامل آلرژن؛
  - نتایج آزمون GMO فرآورده‌های تراریخته؛
  - نتایج آزمون میکروبی.
- کد HS چهار رقمی محصول: ۰۴۰۶-۰۴۰۵-۰۴۰۴-۰۴۰۳-۰۴۰۲-۰۴۰۱**

### مشکلات و چالش‌های اقتصادی صنعت شیر

عوامل گوناگونی بر میزان تقاضای یک گروه کالایی در سطح خرده‌فروشی موثرند که می‌توان مهم‌ترین این موارد را قیمت کالا، قیمت سایر کالاهای رقیب و مکمل، قدرت خرید و همچنین سلیقه مصرف‌کنندگان برشمرد. بررسی میزان تاثیر، مثبت یا منفی، هر یک از این عوامل بر مصرف سرانه شیر در شرایط جاری نیازمند یک کار پژوهشی است. یکی از پرچالش‌ترین موضوع‌ها در حوزه صنایع غذایی و کشاورزی، نرخ فرآورده‌های لبنی و شیر خام است. در چند سال گذشته، شاهد افزایش قیمت شیر و به تبع آن، محصولات لبنی بوده‌ایم که این مساله در بر تو کاهش قدرت خرید اقشار مختلف جامعه سبب شده تا حضور شیر در سبد خانوار بسیار کم‌رنگ‌تر شود. متأسفانه در سال‌های گذشته و با احتمال افزایش قیمت شیر و محصولات لبنی باید منتظر باشیم میزان مصرف آن، بیش از پیش کاهش یابد و سلامت شهروندان را به خطر اندازد. گرانی فرآورده‌های لبنی تابع قیمت مواردی است؛ از جمله، قیمت ظروف و حمل‌ونقل و در نهایت بهای تمام شده تولید شیر، افزایش یافته است و در کنار آن، ارزانی محصولی مضر مانند نوشابه باعث شده مردم آن را جایگزین لبنیات کنند. باید برای کاهش قیمت لبنیات فکری جدی شود و محصولات این بخش، در برنامه غذایی مردم بگنجد. در حال حاضر سرانه مصرف شیر در ایران حدود ۱۰۰ کیلوگرم است؛ در حالی که متوسط سرانه مصرف در دنیا حدود ۲۰۰ کیلوگرم است. افزایش سرانه مصرف شیر علاوه بر تامین سلامت مردم، به رونق تولید شیر نیز منجر می‌شود.

از دیگر مشکلات این حوزه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- کمبود صادرات در بخش محصولات لبنی به دلیل



ضمن آن به عنوان بهترین نتیجه عامل بیماری تب مالت از شیر حذف می‌شود. پاستوریزه کردن ششیر می‌تواند ماندگاری آن را به مدت دو تا سه روز افزایش دهد. در نوع اولتراپاستوریزیشن یا استریلیزه کردن شیر می‌توان ماندگاری آن را تا حدود چندین ماه افزایش داد. می‌توان طی فرآیندهای مختلف، خامه را به خامه‌های خانگی یا قنادی تبدیل کرد یا برای اضافه کردن به محصولات نظیر پنیر پیتزا در مراحل بعد کنار گذاشت. شیر چربی‌زدایی شده را که عموماً بین ۰ تا ۳ درصد چربی دارد، می‌توان برای تولید سایر فرآورده‌های لبنی استفاده کرد. یکی از عمومی‌ترین حالات استفاده از شیر کم‌چرب، تولید پنیر است. با توجه به تنوع بسیار زیاد پنیر، نظیر پنیر لاکتیکی، سفید، لیقوان، پیتزا، موزارلا و... فرآورده‌های مختلف را می‌توان برای شیر در نظر گرفت؛ به عنوان نمونه، برای تولید پنیر پیتزا ابتدا پنیر اولیه را درون وت‌های استیل با مایه‌زنی تولید و سپس با استفاده از دستگاه‌هایی نظیر خوردکن آن را به پنیر پیتزا تبدیل می‌کنند. از دیگر مصارف شیر چربی‌گیری شده، تبدیل آن به انواع بستنی‌های سنتی و صنعتی است. برای این منظور شیر با انواع شیرین‌کننده‌ها مخلوط و سپس در دستگاه‌های تدارک دیده شده به حالت خمیری درمی‌آید و اگر قصد بر تولید بستنی سنتی باشد، می‌توان انواع طعم‌دهنده‌ها همچون کاکائو و آب زعفران و انواع مغزها را به بستنی اضافه کرد و اگر هدف، تولید بستنی‌های صنعتی مثل لیوانی، چوبی و نونی باشد، به نوعی از دستگاه‌های پیشرفته‌تر برای شکل دهی به آن‌ها و بسته‌بندی نیاز است. شیر همچنین می‌تواند برای تولید انواع ماست و دوغ نیز استفاده شود. برای تولید ماست، به یک محفظه به عنوان گرم‌خانه نیاز است. در این فرآیند شیر برای مایه زدن و تبدیل شدن به ماست درون سطل‌های موردنظر به همراه مقدار نیاز از استارتر قرار می‌گیرد و درون گرم‌خانه منتقل می‌شود. در آنجا در دمای مناسب، مدت زمان کافی به شیر برای تبدیل شدن به ماست داده می‌شود و پس از زمان مورد انتظار ماست‌ها درون سردخانه یا یخچال‌ها منتقل می‌شوند. ماست تولیدشده را می‌توان برای تهیه ماست چکیده، کشک و قره‌قروت به کار گرفت. در فرآیند تولید ماست چکیده، آب اضافی از ماست شیرین جدا می‌شود. در تولید کشک هم این آب اضافی از طریق حرارت دادن جدا می‌شود. آب اضافی جداشده از این پروسه را می‌توان برای تولید قره‌قروت به عنوان یک محصول ثانویه در تولید کشک به کار گرفت. شیر خشک یکی از استراتژیک‌ترین محصولات کارخانه‌های لبنی و حتی کشوری است که با استفاده از دستگاه‌های بسیار

هزینه‌بری که قادر به ایجاد خلا و تبدیل آنی شیر به پودر هستند، تولید می‌شود. پودر شیر تولید شده می‌تواند به عنوان شیر خشک یا برای مکان‌هایی که با کمبود شیر مواجه هستند، در اختلاط با آب به عنوان شیر استفاده شود.

### نشان ایمنی و سلامت چیست؟

نشان ایمنی و سلامت، نشانی است که از سوی سازمان غذا و دارو به فرآورده‌هایی که به ارتقای ایمنی و سلامت مصرف‌کننده کمک می‌کند، اعطا می‌شود. دارندگان این نشان از زمان دریافت مجوز می‌توانند نگاره زیر را به مدت دو سال روی برچسب فرآورده تولیدی خود درج کنند که در صورت حفظ شرایط، قابل تمدید است:

### شاخص‌های ایمنی و سلامت (آلاینده‌ها) گروه لبنی؛

- نتایج آزمون باقی مانده سموم قارچی (مایکوتوکسین‌ها)؛

- بی ثباتی قیمت شیر خام داخلی و واسطه‌گری در تامین آن؛
- کمبود شیر خام در صنایع فرآوری محصولات شیری؛
- کمبود نهاده‌های دامی، به‌ویژه علوفه، برای دامداران؛
- گران بودن مواد اولیه و غذای دام؛
- سایر عوامل مانند عوامل سیاسی، منطقه‌ای و...

### راهکارهای پیشنهادی:

- به‌کار بردن روش‌هایی برای کاهش هزینه تولید، ضروری به نظر می‌رسد؛
- ایجاد تنوع در بسته‌بندی باعث جذب بازارهای بیشتری می‌شود؛
- رفع موانع موجود، بهترین راهکار پیشنهادی برای افزایش توان صادراتی کشور خواهد بود.



نداشتن تنوع در بسته‌بندی و کیفیت بالا محصولات؛

• اعمال افزایش تعرفه واردات بر محصولات لبنی از سوی عراق؛

• افزایش قیمت تمام‌شده محصولات لبنی با توجه به تصمیم‌های ارزی در داخل کشور؛

• افزایش هزینه‌های حمل جاده‌ای، ریلی، هوایی و... و عدم امکان صادرات به بازارهای هدف دوردست؛

• حضور رقبای پر قدرت در عرصه تولید و عرضه محصولات لبنی در بازارهای هدف صادراتی و پایین بودن قیمت تمام‌شده آن‌ها و عدم رقابت‌پذیری

محصولات لبنی ایران در حوزه قیمت ارایه شده با توجه به قیمت‌های پایه مواد اولیه شیر خام داخلی؛

• افزایش قیمت مواد اولیه تولید و بسته‌بندی که موجب افزایش قیمت تمام‌شده بوده و خود دلیلی بر عدم رقابت‌پذیری در بازار هدف صادراتی است؛

• بوروکراسی دست‌وپاگیر اداری در دستگاه‌های اجرایی دست‌اندر کار تولید و صادرات؛

## وضعیت صادرات و واردات

### صادرات فرآورده‌های لبنی ایران طی سال‌های ۱۳۸۵ الی ۱۳۹۶

کشورهای مبدا (پنج کشور عمده)	میزان صادرات (هزار تن)	ارزش صادرات (میلیون دلار)	سال
عراق- افغانستان- سوریه- پاکستان- امارات	۲۸۷	۵۴۲	۱۳۹۰
عراق- افغانستان- سوریه- پاکستان- امارات	۲۹۹٫۷	۵۶۲	۱۳۹۱
عراق- افغانستان- پاکستان- امارات- سوریه	۳۵۲	۶۰۷٫۷	۱۳۹۲
عراق- افغانستان- پاکستان- امارات- سوریه	۴۰۶٫۵	۶۴۲٫۵	۱۳۹۳
عراق- افغانستان- پاکستان- امارات- سوریه	۳۹۲٫۶	۶۰۹٫۵	۱۳۹۴
عراق- افغانستان- سوریه- پاکستان- امارات	۳۹۷	۶۵۴	۱۳۹۵
عراق- افغانستان- پاکستان- امارات- سوریه	۳۷۶	۷۸۰	۱۳۹۶



### واردات فرآورده‌های لبنی ایران طی سال‌های ۱۳۸۵ الی ۱۳۹۶

کشورهای مبدا (پنج کشور عمده)	میزان واردات (هزار تن)	ارزش واردات (میلیون دلار)	سال
امارات-آلمان-نیوزیلند-ترکیه-فرانسه	۵۳٫۶	۲۸۰٫۷	۱۳۹۰
امارات-آلمان-هلند-آمریکا-نیوزیلند	۸۴	۳۹۱	۱۳۹۱
امارات-آلمان-هلند-ترکیه	۷۰	۳۶۳٫۵	۱۳۹۲
امارات-ترکیه-نیوزیلند-آلمان-آمریکا	۵۰	۲۶۷	۱۳۹۳
امارات-ترکیه-نیوزیلند-آلمان-هلند	۵۷	۲۴۹٫۱	۱۳۹۴
نیوزیلند-امارات-هلند-ایرلند-آلمان	۵۶	۲۴۵	۱۳۹۵
نیوزیلند-امارات-هلند-ایرلند-آلمان	۴۸	۲۵۳	۱۳۹۶

### صادرات جهانی فرآورده‌های لبنی (۲۰۰۴-۲۰۱۵)

صادرکنندگان عمده	ارزش صادرات (میلیارد دلار)	سال
آلمان-نیوزیلند-فرانسه-هلند-بلژیک	۶۶	۲۰۱۰
آلمان-نیوزیلند-هلند-فرانسه-بلژیک	۷۹	۲۰۱۱
آلمان-نیوزیلند-فرانسه-هلند-آمریکا	۷۶	۲۰۱۲
آلمان-نیوزیلند-فرانسه-هلند-آمریکا	۸۴	۲۰۱۳
آلمان-فرانسه-بلژیک-هلند-انگلستان	۹۲	۲۰۱۴
آلمان-نیوزیلند-فرانسه-هلند-آمریکا	۷۰	۲۰۱۵
آلمان-نیوزیلند-فرانسه-هلند-آمریکا	۷۵	۲۰۱۶
آلمان-نیوزیلند-هلند-فرانسه-بلژیک	۶۹	۲۰۱۷

## واردات جهانی فرآورده‌های لبنی (۲۰۱۵-۲۰۰۴)

سال	ارزش صادرات (میلیارد دلار)	صادرکنندگان عمده
۲۰۱۰	۶۴	آلمان- ایتالیا- انگلستان- فرانسه- بلژیک
۲۰۱۱	۷۸	آلمان- ایتالیا- فرانسه- هلند- بلژیک
۲۰۱۲	۷۴	آلمان- ایتالیا- هلند- انگلستان- فرانسه
۲۰۱۳	۸۳	آلمان- چین- ایتالیا- بلژیک- انگلستان
۲۰۱۴	۸۹	آلمان- ایتالیا- انگلستان- بلژیک- فرانسه
۲۰۱۵	۸۷	آلمان- چین- ایتالیا- بلژیک- انگلستان
۲۰۱۶	۷۵	آلمان- ایتالیا- هلند- انگلستان- فرانسه
۲۰۱۷	۶۹	آلمان- چین- ایتالیا- بلژیک- انگلستان

دارای مجوز از وزارت صنعت، معدن و تجارت در استان فارس هستند. از جمله شهرستان‌های توانمند در حوزه صنایع لبنی، شیراز و شهرستان فسا را می‌توان نام برد. در استان فارس تنها سه شرکت ارمغان فسا (مانی ماس)، رامک و پگاه فارس، توانایی تولید شیر خشک را دارند. قابل ذکر است، کشورهای هدف برای صادرات فرآورده‌های لبنی اغلب کشورهای حوزه خلیج فارس، افغانستان و پاکستان هستند. واحدهای لبنی در سطح استان بیشتر در زمینه تولید انواع دوغ، انواع ماست، انواع پنیر از جمله پنیر UF، انواع خامه و صادرات شیر خشک فعالیت دارند.

### سیمای توانمندی‌های استان فارس در صنعت فرآورده‌های لبنی

با توجه به آمارنامه ۱۳۹۸ استان فارس، میزان تولید شیر خام استان ۶۳۳ هزار تن است که رتبه چهارم کشور را دارد. طبق بررسی‌های صورت پذیرفته تعداد ۲۱ واحد صنایع لبنی فعال دارای مجوز از وزارت جهاد کشاورزی هستند که مجموع تعداد اشتغال‌زایی این واحدها ۱۱۷۵ نفر بوده و به‌طور متوسط هر واحد با سرمایه ثابت حدود ده میلیارد، با اشتغال‌زایی ۳۲ نفر و در مساحتی حدود ۶۵۰۰ مترمربع احداث شده است. تعداد هفت واحد فعال نیز

### برخی شرکت‌های موفق در زمینه تولید محصولات لبنیات در استان فارس

نام مدیر عامل	برند تجاری	نام شرکت
سیدمحمد اسماعیل راهنما	مانی ماس	شرکت پاستوریزه ارمغان
عباس خشنودی	پانل	شرکت صبح سپید پارس
ناصر شجاعی	رامک	شرکت فرآورده‌های لبنی رامک
علی محمد ابراهیمی	دایتی	شرکت زرین غزال
سعید کریمی	ارژن	شرکت ارژن
محمد بزم‌آرا	پگاه	شرکت فرآورده‌های شیر پگاه
سعید حیدری	شان‌دیز	شرکت صبحگاه فارس



## مشکلات صنعت فرآورده‌های لبنی و راهکارها و پیشنهادهای عملیاتی

### از زبان تولیدکنندگان این محصول در استان فارس

#### علی محمد ابراهیمی شرکت زرین غزال (دایتی)

- ۰۱ بالا بودن قیمت مواد اولیه و بسته بندی؛
- ۰۲ افزایش بی سابقه هزینه‌های نیروی کار در سال جاری؛
- ۰۳ قیمت گذاری دستوری لبنیات؛
- ۰۴ عدم اجازه افزایش قیمت محصولات به تناسب افزایش قیمت مواد و هزینه‌ها؛
- ۰۵ موانع صادراتی فراوان و نبود اراده برای رفع آن‌ها؛
- ۰۶ عدم حمایت از واحدهای صنعتی و حضور واحدهای تولیدی غیر صنعتی فراوان در بازار؛
- ۰۷ کاهش سرانه مصرف لبنیات به دلیل کاهش قدرت خرید مردم.

**راهکار پیشنهادی:** افزایش اراده دولت به منظور حمایت ویژه از صنعت لبنیات به دلیل جایگاه این محصول در سبد غذایی و سلامت مردم.

#### سعید کریمی مدیرعامل شرکت ارژن

- از آنجایی که بالغ بر ۷۰ درصد از قیمت محصولات لبنی را شیر خام تشکیل می‌دهد، تغییر در قیمت، کیفیت و کمیت در شیر خام این صنعت را متاثر و وابسته به خود کرده است. هم‌اکنون صنعت لبنیات با مشکلات جدی و عدیده‌ای روبه‌روست:
- ۰۱ کمبود آب، وجود خشک‌سالی‌های پی‌درپی و ادامه‌دار و کاهش ذخایر علوفه‌ای کشور؛
- ۰۲ وجود تحریم‌های فلج‌کننده و عدم امکان دسترسی به منابع خوراک دام مناسب؛
- ۰۳ بی‌ثباتی در سیاست‌های مدیریتی کشور (صادرات، واردات، قاچاق کالا)؛
- ۰۴ عدم امکان تامین مالی و تسهیلات ارزان قیمت؛
- ۰۵ هزینه‌های بالای توزیع و عرضه محصولات لبنی (سوخت، ماشین‌آلات). قطعا این صنعت به رفع این مشکلات و مدیریت مناسب و یکپارچه نیاز دارد.

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

#### جمال رازقی

#### رییس اتاق بازرگانی و رییس انجمن صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس

از این رو تولیدکنندگان محصولات لبنی لازم است با بهره‌جستن از ایده‌های نوین و ناب شرکت‌های دانش‌بنیان اهداف توسعه‌ای خود را اجرایی کنند. به واسطه این همکاری، رشد و توسعه دو جانبه با سرعت بیشتر و کیفیت بالاتری محقق خواهد شد.

#### ابراهیم معتمدی مدیرعامل شرکت تعاونی صنایع شیر و فرآورده‌های لبنی استان فارس

دولت، دستمزد کارکنان، مواد اولیه، برق، گاز، آب، حمل‌ونقل و سایر نهادهای تولید را افزایش می‌دهند و از تولیدکننده توقع معجزه دارند که محصولش را به قیمت سال قبل توزیع کند. ای کاش در شرایط فعلی، تولیدکنندگان مقاومت کرده و کیفیت محصولات خود را کاهش ندهند و برند و شخصیت محصول خود را پایین نیاورند، به امید روزی که شرایط بهبود یابد.

در فضای رقابتی موجود در صنعت محصولات لبنی کشور، واحدهای تولیدی همچون بسیاری دیگر از واحدهای صنعتی، با چالش‌های گسترده‌ای در حوزه تولید و فروش دست‌وپنجه‌نرم می‌کنند. سلیقه و ذائقه مصرف‌کنندگان به‌طور مستقیم با فناوری‌های تولید در ارتباط است؛ به‌طوری‌که رقابت اصلی در حوزه تولید محصولات لبنی در میزان و کیفیت بهره‌گیری از تکنولوژی‌های به‌روز دنیاست. آنچه مسلم است به‌کارگیری فناوری‌های نوین برای حفظ و گسترش بازار صنعت محصولات لبنی امری اجتناب‌ناپذیر است.

آینده تولید این محصولات متعلق به فرآورده‌های جدیدی است که ایمنی غذایی، کیفیت بالا، بهبود کارایی و طولانی‌بودن ماندگاری را فراهم می‌آورد. در این راستا، بهره‌گیری از ظرفیت‌های شرکت‌های دانش‌بنیان بسیار ضروری می‌نماید. شرکت‌های دانش‌بنیان در خلق ایده‌های موفق، عملکرد بالایی دارند؛

#### گردآوری:

زینب نعمت‌الهی، کارشناس صنایع غذایی تبدیلی سازمان جهاد کشاورزی فارس  
فرشید زهدی، دبیر میز محصولات لبنی سازمان توسعه تجارت ایران  
فرامرز سعید زرنینی و غلامرضا زارعی: کارشناسان میز محصولات لبنی سازمان توسعه تجارت ایران



## اثر هیدروکلویید زانتان بر خاصیت ریولوژیکی و حسی پنیر پروسس پخش پذیر



ملیحه ترابیده

کارشناس ارشد صنایع غذایی،  
مسئول کنترل کیفیت شرکت  
فرآورده‌های لبنی رامک



محمد صادق عرب

دکترای صنایع غذایی، مدیر  
تحقیق و توسعه شرکت  
فرآورده‌های لبنی رامک



ابراهیم ترابی اردگانی

کارشناس صنایع غذایی، مدیر  
کارخانه فرآورده‌های لبنی رامک



ناصر شجاعی

دکترای دامپزشکی، مدیر عامل  
شرکت فرآورده‌های لبنی رامک



### چکیده

امروزه نوآوری در صنعت لبنیات، موضوعی اثر بخش است. بهبود کیفیت و بافت در محصولی نظیر پنیر پروسس پخش پذیر یکی از نکات حایز اهمیت است. پنیر پروسس از اختلاط سایر پنیرها تهیه می‌شود. هیدروکلوییدها، پلی ساکاریدهایی هستند که سبب بهبود بافت و خواص رئولوژیکی محصول می‌شوند. افزودن هیدروکلویید زانتان در پنیر پروسس پخش پذیر سبب کاهش سفتی و افزایش طعم، پخش پذیری، رنگ و پذیرش کلی و pH مناسب می‌شود.

**واژگان کلیدی:** پنیر پروسس، پخش پذیر، هیدروکلویید، زانتان، خواص رئولوژیکی

### مقدمه

پنیر نوعی شیر تغلیظ شده است که عمده مواد جامد آن را پروتئین (به خصوص کازئین) و چربی تشکیل می‌دهد (۲). پنیر پروسس محصولی لبنی است که از پنیر UF تهیه می‌شود. این نوع پنیر مستقیم از شیر تهیه نشده و بر اثر مخلوط کردن پنیرهای طبیعی با درجه‌های مختلف رسیدگی به دست می‌آید. این امر با استفاده از نمک‌های امولسیون کننده و ترکیب‌های غیرلبنی دیگر، همراه با حرارت دهی و هم زدن مداوم (تا رسیدن به ساختار یکنواخت) صورت می‌گیرد (۴،۶). در تولید این پنیر شماری از تغییرات فیزیکی و

شیمیایی سبب تبدیل شبکه پنیر طبیعی به محصولی با ویژگی‌های بافتی متفاوت می‌شوند (۳). بر حسب نوع پنیر پروسس ۵۱ تا بیش از ۸۰ درصد از آن را پنیر معمولی تشکیل می‌دهد (۵). پنیرهای پروسس بر اساس حداقل چربی، حداکثر رطوبت و حداقل pH مورد نیاز و نیز بر اساس مقدار و تعداد اجزای اختیاری که استفاده از آن‌ها در آن گروه از پنیر پروسس مجاز شمرده شده است، تولید کنندگان پنیر پروسس مجاز به استفاده از منابع پروتئینی و چربی غیر لبنی هستند که می‌توانند به نسبت معینی جایگزین شوند (۶،۸). ترکیب‌های دیگر نظیر نمک‌های امولسیون کننده، پایدار کننده، طعم دهنده، عوامل اسیدی کننده، شیرین کننده، رنگ، نگه‌دارنده، سبزی، میوه، گوشت، آجیل و آب هستند (۷). در این میان، انواع مختلف پنیر پروسس، پنیر پروسس پخش پذیر، پنیر پرووسی که دارای مواد افزودنی از قبیل هیدروکلوییدهایی نظیر صمغ گوار، زانتان، کربوکسی متیل سلولز، کاراگینان و قندهای طبیعی و عوامل شیرین کننده مجاز است؛ به نحوی که قابلیت مالیدن یا پهن شدن بر نان را دارد (۷،۹). در تولید پنیر پروسس، نمک‌های امولسیون کننده فسفات نقش مهمی در تولید محصولی یکنواخت با ویژگی‌های فیزیکی و حسی مناسب ایفا می‌کنند. پنیر پروسس پخش پذیر محتوای رطوبت بالایی دارد (تا حدود ۶۰ درصد). مهم‌ترین عملکرد صمغ در این نوع پنیر، برقراری اتصال با آب و ایجاد



می‌دهد (۱۰،۱۳).

#### نتیجه‌گیری

اثر بخشی در بافت و خواص رئولوژیکی پنیر پروسس یکی از نکات حائز اهمیت است. افزودن هیدروکلویدها سبب بهبود در خواص عملکردی این محصول می‌شود. بدیهی است چربی شیر تاثیر عمده‌ای بر طعم پنیر دارد (۵،۸) و پنی‌هایی با چربی کمتر دارای طعم ضعیف‌تری هستند که عمدتاً به دلیل رطوبت بیشتر این پنیرها و کمتر شدن سهم چربی در طعم کلی پنیر است (۲،۳،۴). افزودن زانتان در غلظت مناسب، سبب بهبود طعم و پخش‌پذیری محصول می‌شود. pH نهایی پنیر پروسس نقش بسیار مهمی در ساختار نهایی و خصوصیات عملکردی این محصول ایفا می‌کند (۷،۶). افزایش غلظت هیدروکلویدها منجر به روند نسبتاً نزولی در تغییرات pH می‌شود (۱۱). در محصولاتی با چربی کاهش یافته افزایش غلظت صمغ زانتان منجر به افزایش اسیدیته و کاهش pH می‌شود.

منابع: موجود در انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس

غلظت یا ویسکوزیته مناسب در محصول و نیز بهتر شدن احساس دهانی است (۱۲). افزودن هیدروکلویدها سبب افزایش استحکام و کاهش ذوب‌پذیری شده و اثرات متفاوتی در قابلیت پخش‌پذیری دارد. انتخاب صمغ‌ها بستگی به قابلیت پراکندگی، حلالیت، رفتار هیدراتاسیون، قابلیت نگهداری آب، ویسکوزیته پخت و سازگاری با پروتئین‌های شیر و دیگر ترکیب‌های موجود در پنیر پروسس دارد (۱۱). تاثیر افزودن کاپا کاراگینان بر خصوصیات ویسکوالاستیک پنیر پروسس بررسی کرده و نشان دادند افزایش غلظت کاراگینان سبب افزایش سفتی شده و در نهایت سبب قوام در بافت می‌شود (۱۳). زانتان، یک پلی‌ساکارید طبیعی و یک بیوپلیمر است. این هیدروکلویدها توسط باکتری گزانتوموناس کمپستریس تولید می‌شود. این هیدروکلویدها در حضور کاتیون‌های چندظرفیتی نظیر کلسیم، پل‌های یونی میان مولکولی و درون مولکولی تشکیل شده و اتصال متقاطع بین مولکول‌های پلی‌ساکارید منجر به تشکیل ژل می‌شود. زانتان به عنوان مخلوط‌کننده، تنظیم‌ویسکوزیته، کمک به تشکیل ژل و انعقاد، کاربرد دارد. در تحقیق دیگر، صمغ دانه ریحان در پنیر پروسس بررسی و مشخص شد افزایش میزان این هیدروکلویدها باعث افزایش رفتار الاستیک در ساختمان پنیر پروسس شده و سفتی بیشتری در محصول ایجاد می‌کند؛ ولی خصوصیات ذوب پنیر را تا حدی کاهش



# تکنولوژی بسته‌بندی زیست‌فعال



محمد مهدی مقدم

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

بسته‌بندی به همراه آنزیم‌ها؛

۰۱ کپسوله کردن مواد عملگرا و سودمند به روش میکرو و نانو در فیلم‌های خوراک؛

۰۲ کنترل تولید اجزای زیست‌فعال در بسته‌بندی؛

۰۳ این موارد شامل مواد پروبیوتیک، پری‌بیوتیک، مواد فتوشیمیایی و روغن‌های دریایی کپسوله کردن ویتامین هستند که در دیواره بسته‌بندی استفاده می‌شوند. مواد مغذی که می‌توان در دیواره بسته‌بندی مواد غذایی استفاده کرد، مانند مواد فیبری و فتوشیمیایی و ویتامین‌ها هستند. مواد فتوشیمیایی، مواد غیر خوراکی و شیمیایی بوده که دارای مواد ضد میکروبی و محافظتی هستند؛ مانند ترکیب‌های پلی‌فنل. این ترکیب‌ها در مراحل تصفیه و فرآیند ممکن است از بین بروند. سبک زندگی و تغییر رژیم عادت غذایی باعث نامتعادل شدن وضعیت تغذیه و عدم دستیابی بدن به تمام عناصر و مواد لازم غذایی شده است. پلیمر زیستی به نام کیتوسان می‌تواند به عنوان یک پری‌بیوتیک در مراحل ساخت کپسول کوچک از فیبر مورد استفاده قرار گیرد. فیبر به همراه پری‌بیوتیک برای حفظ سلامت انسان و جلوگیری از بیماری‌ها و سرطان‌های دستگاه گوارش بسیار سودمند هستند. انتخاب این مواد در ساختمان بسته‌بندی‌ها باید با توجه به مسایل تکنولوژی فرآیند تولید بررسی شوند؛ مانند ویتامین‌ها که به دمای بالا حساس هستند یا پلیمرهایی که در حضور رطوبت خاصیت پلاستیکی پیدا می‌کنند. ساختمان پوشش زیست‌فعال می‌تواند شامل لایه کنترل‌کننده، ماتریکس و مسدودکننده باشد.

فیلم‌های خوراکی پلی‌ساکارید (نشاسته، ژلینات، کیتوزان) و پروتئین و لیپید برای مواد خوراکی مختلف استفاده می‌شوند. این فیلم‌ها خاصیت ضد میکروبی دارند. کپسوله کردن به روش میکرو و نانو باعث کنترل مواد خاص و اضافه کردن آن‌ها به مواد غذایی می‌شود و می‌توان اجزای مواد خوراکی آنزیم‌ها و سلول‌ها را در پوشش‌های کوچک در مقابل شرایط گرما، رطوبت و سایر موارد حفظ کرد.

ژلینات سیرین ماده‌ای است که در کپسوله کردن کاربرد دارد. عملکرد بسته‌بندی‌های زیست‌فعال باعث جلوگیری از فعالیت میکروارگانیسم‌ها، جلوگیری از اکسیداسیون حذف کلسترول، کاهش فعالیت قهوه‌ای شدن آنزیمی، رهایش عطر و طعم می‌شود. در این فرآیند موادی مانند بیوفلاونوئیدها، آرتنوئیدها، آرگانوسولفورها، استرول‌های گیاهی، فیبرهای رژیمی مطلوب، پروبیوتیک‌ها، آنزیم‌ها و فیتواتروژن‌ها هستند که در ساختار مواد بسته‌بندی استفاده می‌شوند. از روش‌های مختلفی برای وارد کردن این مواد در ساختار بسته‌بندی استفاده می‌شود؛ مانند ورود مستقیم ماده در دیواره بسته، پوشش ماده بسته‌بندی با مخلوطی که باعث رهایش ماده زیست‌فعال شود و ورود ماده زیست‌فعال به صورت مستقیم در ماده غذایی. روغن دارچین و میخک، سویای هیدرولیز شده و پروتئین ذرت هیدرولیز دهنده و پروبیوتیک‌ها، فیلم خوراکی کیتوزان که حاوی روغن سیر باشد، اثر ضد میکروبی مانند سربات پتاسیم و باکتریوسین نیسین در جلوگیری از رشد میکروب‌های پاتوژن دارند. بسته‌بندی زیست‌فعال به دلیل بهبود خواص تغذیه‌ای و جذب راحت مواد توسعه می‌یابد. توسعه این بسته‌بندی در مواد دارویی و غذایی انجام می‌شود؛ در ضمن در ثبات اجزای فعال زیستی در غذا و کاهش خطرات بسته‌بندی‌های مصنوعی و پلیمرها مفید هستند. در حقیقت تبدیل مواد غذایی به مواد غذایی سالم‌تر از اهداف اصلی بسته‌بندی زیست‌فعال است.

## بسته‌بندی فعال

بسته‌بندی فعال یکی از مفاهیم نوین در بسته‌بندی مواد غذایی است که در پاسخ به نیاز مصرف‌کنندگان برای افزایش ماندگاری مواد غذایی و حفظ کیفیت به گونه‌ای که واکنش بین ماده غذایی و بسته‌بندی در جهت حفظ ماده غذایی باشد، به وجود آمده است. واکنش بین بسته‌بندی و مواد غذایی باید سودمند باشد. کاربرد این نوع بسته‌بندی در حال افزایش است. افزودنی‌هایی که به صورت مستقیم یا غیر مستقیم باعث حفظ و افزایش ارزش کیفی می‌شوند، شامل جاذب‌های اکسیژن، رطوبت، دی‌اکسید کربن، اتیلین، عوامل ضد میکروب و مواد طعم‌دهنده هستند.

## بسته‌بندی‌های زیست‌فعال

بسته‌بندی زیست‌فعال قادر به نگهداری ترکیب‌های موردنظر در شرایط مطلوب تا زمان استفاده احتمالی در فرآورده غذایی یا طی انبارداری و قبل از مصرف است و آن را تبدیل به غذای مفید می‌کند. تفاوت بسته‌بندی فعال با زیست‌فعال این است که تکنولوژی بسته‌بندی فعال با افزایش کیفیت و امنیت و عمر فرآورده بسته‌بندی شده ارتباط دارد و بسته‌بندی زیست‌فعال پیوستگی مستقیم با سلامت مصرف‌کننده و با تولید غذای سالم‌تر دارد. در حقیقت تولید غذای عملگرا برای پاسخگویی به نیازهایی در جهت کاهش خطر بیماری‌ها و عوامل مرتبط با سلامتی، علاوه بر تامین نیاز غذایی بدن، است.

**بهبود سلامتی در فرآیند تبدیل ترکیب غذایی به ترکیب‌های عملگرا، یکی از اهداف بسته‌بندی زیست‌فعال به شرح زیر است:**

### Reference:

1. agullo, E, Rodriguez, M.S., Ramos, V., Albertenyo, L. (2003). Present and future role of chitin and chitosan in Food macromole cular Bio science, 3(10), 521-30  
fooda.ir



## اثر هیدروکلویدهای مالتودکسترین کاپاکاراگینان و اینولین در کاهش چربی پنیر خامه‌ای پروبیوتیک



**ملیحه ترابیده**

کارشناس ارشد صنایع غذایی،  
مسئول کنترل کیفیت شرکت  
فرآورده‌های لبنی رامک



**محمد صادق عرب**

دکترای صنایع غذایی، مدیر  
تحقیق و توسعه شرکت  
فرآورده‌های لبنی رامک



**ابراهیم ترابی اردکانی**

کارشناس صنایع غذایی، مدیر  
کارخانه فرآورده‌های لبنی رامک



**ناصر شجاعی**

دکترای دامپزشکی، مدیر عامل  
شرکت فرآورده‌های لبنی رامک

### چکیده

امروزه تولید محصولات کم چرب رو به افزایش است و روش‌های متعددی برای تولید محصولات با چربی کم وجود دارد. یکی از این روش‌ها، استفاده از جایگزین‌های چربی است که دارای خواص فراسودمند هستند. از جمله پری بیوتیک‌های مورد استفاده در این محصول، اینولین است. هیدروکلویدها، پلی ساکاریدهایی هستند که سبب بهبود بافت و خواص حسی و ارگانولپتیک می‌شوند؛ در نتیجه می‌توان به عنوان جایگزین چربی استفاده کرد. نتایج نشان داده است که امکان تولید پنیر خامه‌ای کم چرب پری بیوتیک با ویژگی حسی مطلوب به روش بدون آب گیری و با به کارگیری جایگزین چربی نظیر اینولین، مالتودکسترین و کاپاکاراگینان وجود دارد. پنیر خامه‌ای تولیدی به دلیل میزان چربی کم در سبب غذاهای رژیمی قرار می‌گیرد و برای عموم افراد جامعه، به ویژه افراد با سطوح چربی بالا در خون، قابل استفاده است.

**واژگان کلیدی:** پنیر خامه، مالتودکسترین، کاپاکاراگینان، اینولین، پری بیوتیک، هیدروکلویدها

### مقدمه

پنیر خامه‌ای، پنیر به دست آمده از هموژنیزاسیون پنیر تازه به حداقل ۲۴ درصد چربی است که پس از هموژنیزاسیون سایر ترکیب‌ها مانند صمغ‌ها، هیدروکلویدها، فیبرها، نمک و سایر ادویه‌ها به آن اضافه شده‌اند. در این نوع پنیر، افزودن سایر ترکیب‌ها مانند اینولین مجاز است. ساختار این پنیر پخش پذیر است (۱). چربی پنیر نه تنها دارای نقش تغذیه‌ای است، بلکه در بهبود بافت و ظاهر نقش دارد. پنیرهای کم چرب، دارای معایبی مانند بافت سفت و لاستیکی، رنگ و طعم نامطلوب و ذوب پذیری ضعیف هستند (۲). بر اثر کاهش میزان چربی شبکه پروتئین پنیر، فشرده‌تر و متراکم‌تر و بافت پنیر، جویدنی می‌شود (۳، ۴). از این روش برای تولید پنیر خامه‌ای رژیمی و کم چرب می‌توان استفاده کرد. مهم‌ترین شیوه برای بهبود ویژگی‌های عملکردی و بافتی پنیر کم چرب در پژوهش‌های مختلف، استفاده از جایگزین‌های چربی ذکر شده است (۳). جایگزین‌های چربی محلول در آب و قطبی، به دلیل محبوس کردن آب به صورت مکانیکی و خاصیت آب دوستی بالای آن‌ها بیشتر توصیه شده است. استفاده از آن‌ها، یک حس لغزندگی و خامه‌ای در پنیر ایجاد می‌کند (۴، ۵). جایگزین‌های چربی، ترکیب‌هایی هستند که بر ویژگی‌های محصول مانند طعم، احساس دهانی، بافت، ویسکوزیته و سایر خصوصیات ارگانولپتیک اثر می‌گذارند (۶). هیدروکلویدها، ترکیب‌هایی هستند که قوام و بافت ایجاد می‌کنند. این ترکیب‌ها باعث افزایش پایداری شده و به عنوان یک امولسیفایر عمل می‌کنند؛ همچنین تشکیل ژل داده و احساس دهانی را بهبود می‌بخشند. هیدروکلویدها حالتی مشابه یک ساختار چرب و روغنی برای محصولاتی که چربی آن‌ها کاهش یافته است، ایجاد می‌کنند. در حقیقت مقدار کم چربی را به وسیله توانایی جذب و باند کردن آب و داشتن ویژگی‌های بافت‌دهندگی جبران می‌کنند. این ویژگی به طور گسترده در تولید محصولات لبنی که میزان چربی آن‌ها کاهش یافته است، مورد استفاده قرار می‌گیرد (۷). مالتودکسترین، محصولات

حاصل از هیدرولیز نشاسته و قابل حل در آب هستند (۸). برخی از خصوصیات عملکردی آن‌ها شامل حجم دهندگی، ژل سازی، جلوگیری از کریستالیزاسیون، بهبود پراکندگی، کنترل انجماد و اتصال دهندگی است (۵، ۳). کاراگینان، از پلی ساکاریدهای به دست آمده از گونه‌های مخصوص خزّه دریایی قرمز و به صورت پلیمرهای خطی و محلول در آب هستند که محلول‌های آبی با ویسکوزیته بالا را تشکیل می‌دهند. ویسکوزیته بستگی به غلظت درجه حرارت حضور مواد محلول دیگر و نوع کاراگینان و وزن مولکولی آن‌ها دارد (۹). فیبرها از جمله اینولین، الیگوساکارید به نام فروکتان هستند که توسط باکتری‌هایی که در روده بزرگ وجود دارند، تخمیر می‌شوند. اینولین با قوام خامه مانند خود به عنوان جایگزین چربی موجود در مواد غذایی عمل می‌کند. این فیبر خوراکی باعث کاهش چربی خون بالا از جمله تری گلیسرید و کلسترول می‌شود و در کاهش وزن و بهبود بیوسنتز نقش دارد. در مطالعه دیگر، اثر انواع صمغ کاراگینان بر خصوصیات فیزیکی و شیمیایی و عملکردی پنیر کالبی کم چرب طی زمان رسیدن مورد بررسی قرار گرفت. طی فرارسیدن، در پنیرهای کم چرب و پنیرهای کم چرب حاوی کاپا کاراگینان، محتوای پروتئین افزایش یافته و رطوبت در بخش غیر چربی هر دو نمونه کاهش یافت که سبب سخت‌تر شدن بافت پنیر شد (۸).

### نتیجه‌گیری

استفاده از هیدروکلویدها و فیبرها برای جایگزین چربی راهکاری مناسب در تولید محصولات رژیمی است. استفاده از مخلوط هیدروکلویدها به همراه پری بیوتیک‌ها علاوه بر فراسودمند بودن محصول سبب کاهش میزان ماده خشک می‌شود. طی زمان نگهداری، به واسطه لیپولیز و پروتئولیز که رخ می‌دهد، میزان pH کاهش می‌یابد؛ در نتیجه از این فرمول می‌توان به عنوان جایگزین مناسب چربی به دلیل ایجاد بافت، عطر و طعم مناسب و ماندگاری بالا استفاده کرد. فرآورده‌های پری بیوتیک سبب بهبود عملیات گوارشی و درمان التهاب روده می‌شود؛ لذا پیشنهاد می‌شود در محصولات لبنی مورد توجه قرار گیرد.

**منابع:** موجود در انجمن صنفی کارفرمایان صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس

# کینوا برگر به عنوان غذایی فراسودمند در اپیدمی کرونا



**مزگان شیخی**

دانشجوی کارشناسی صنایع غذایی دانشگاه علمی کاربردی شام



**مریم داور**

دکترای بهداشت مواد غذایی و استادیار دانشگاه علمی کاربردی شام



## مقدمه

ویتامین C است. این میزان در غلات نامعمول است و این ویتامین نیز به نوبه خود می تواند در تقویت سیستم ایمنی بدن موثر باشد.

## مبانی نظری پژوهش

**کینوا برگر:** کینوا برگر از مواد اولیه ای چون دانه کینوا، پودر سفیده تخم مرغ، هویج و سیب زمینی تهیه شده است. دانه کینوا ابتدا باید به وسیله آب داغ عمل آوری و سپس با مواد دیگر مخلوط و در روغن سرخ شود. کینوا برگر به دلیل فقدان گلوتن برای افرادی که به بیماری های عدم تحمل لاکتوز، سلیاک و حساسیت به پروتئین شیر گاو مبتلا هستند، گیاه خواران و ورزشکاران مناسب است. فیبر موجود در آن باعث جلوگیری از بالا رفتن سریع قند خون شده، به آرامی جذب می شود و می تواند از دیابت جلوگیری کند. تولید صنعتی کینوا برگر در مقایسه با برگرهای گوشتی مقرون به صرفه تر است.

امروزه در بسیاری از کشورها، نقش غذا در سلامت و تغذیه انسان از اهمیت زیادی برخوردار است. بازار تولید و مصرف مواد غذایی بیشتر به سوی تولید غذاهای فراسودمند رفته است. غذاهای فراسودمند به فرآورده هایی گفته می شود که علاوه بر فراهم کردن تغذیه پایه، باعث افزایش سطح سلامت و ایمنی بدن افراد می شود. در این طرح، با استفاده از کینوا که یک غذای فراسودمند محسوب می شود، توانستیم یک محصول جدید با ارزش غذایی بالا تولید کنیم. کینوا دارای اسید آمینه های مختلفی است. یکی از اسید آمینه های ویژه آن که به تقویت سیستم ایمنی بدن کمک می کند، لیزین نام دارد؛ به همین دلیل مصرف کینوا می تواند باعث پیشگیری از ابتلا به کرونا شود. یکی از مهم ترین فواید کینوا، ظرفیت آنتی اکسیدانی بالای آن است که در رفع شرایط تنش زا و افزایش توانایی بدن برای مقابله با عوامل مخرب نظیر کرونا و ویروس بسیار کمک کننده است. کینوا دارای انواع مواد معدنی و ویتامین ها، به خصوص



**پودر سفیده تخم مرغ از:** پودر سفیده تخم مرغ، مجله اینترنتی لیمو تاپ، ۱۳۹۸.  
**مزایای سفیده تخم مرغ از:** تخم مرغ، بیژن خانعلی زاده، مهندس محمد مختاری، ۱۳۹۱.

**خواص کینوا از:** کینوا چیست و چه خواصی دارد، معصومه مرادی، بی تا.  
**میزان پروتئین همبرگر:** همبرگر خام منجمد، سایت استاندارد ملی ایران، ۱۳۹۵.  
**پروتئین و کرنا:** خبرگزاری ایمننا، در روزهای کرونایی پروتئین بیشتری مصرف کنید، ۱۴۰۰.

### تجزیه و تحلیل داده‌ها

طبق تحلیل داده‌ها، کینوا برگر می‌تواند به عنوان یک غذای مغذی و فراسودمند به جای گوشت در روزهای شیوع کرونا برای تقویت سیستم ایمنی بدن مورد استفاده قرار گیرد.

#### نمونه‌های تولید شده

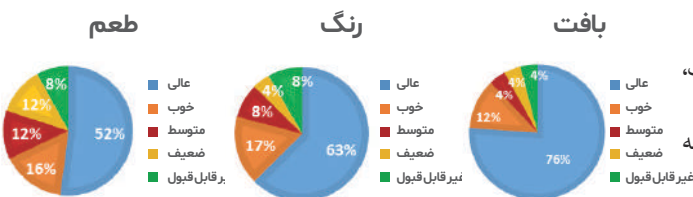
**نمونه A:** کینوا برگر حاوی تخم مرغ.

**نمونه B:** کینوا برگر حاوی پودر سفیده تخم مرغ.

در جدول زیر به مقایسه میزان پروتئین موجود در همبرگر گوشت، نمونه A و نمونه B پرداخته شده است.

میزان پروتئین در ۱۰۰ گرم	
همبرگر گوشت (معمولی)	۱۱/۷۴
نمونه A	۹/۲۶
نمونه B	۱۶/۰۹

کینوا برگر (نمونه B)، با درصد بالای پروتئین می‌تواند در پیشگیری از ابتلا به بیماری کرونا و حتی درمان آن نقش بسزایی داشته باشد.  
تحلیل تست ارگانولپتیک انجام شده در نمودارهای زیر نشان می‌دهد که طعم، رنگ و بافت کینوا برگر در دو نمونه A و B تفاوتی ندارند و تنها تفاوت این دو نمونه در میزان پروتئین موجود در آن‌هاست.

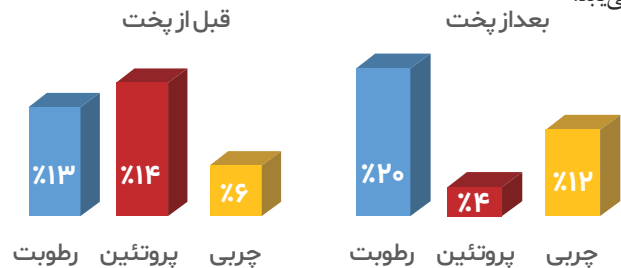


**کینوا:** کینوا با نام علمی *Chenopodium quinoa, Willd* از خانواده تاج‌خروسیان و هم‌خانواده علف‌هرز دارویی معروف به سلمه‌تره یا سلمک است و به عنوان یک شبه غلات شناخته شده که در شرایط نامطلوب محیطی اعم از: تبخیر و تعرق بالا، خشکی، سرما و میزان شوری خاک قادر به رشد است. کینوا یک پروتئین کامل است زیرا تمام ۹ اسید آمینه ضروری برای سلامتی بدن را داراست.

**پودر سفیده تخم مرغ:** پودر سفیده تخم مرغ یکی از باکیفیت‌ترین انواع منابع پروتئینی و ویتامینی محسوب می‌شود. در پودر سفیده تخم مرغ حدود ۸۵ درصد پروتئین وجود دارد و فاقد چربی و قند است. مهم‌ترین پروتئین‌های آن عبارت‌اند از: او آلبومین، کونالبوومین، اوو موکوئید، اوو موسین، لیزوزیم.

### نتیجه‌گیری

نتیجه حاصل از این پژوهش نشان داد که بعد از پخت کینوا برای تهیه برگر، مقدار پروتئین موجود در آن به میزان فراوانی کاهش یافته و چربی و رطوبت آن افزایش می‌یابد.



بنابراین در مرحله بعد برای افزایش مقدار پروتئین کینوا برگر در تیمار A از یک عدد تخم مرغ (حاوی ۶/۳ گرم پروتئین) و در تیمار B، ۱۰۰ گرم پودر سفیده تخم مرغ (حاوی ۸۲/۴ گرم پروتئین) استفاده شده است. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که میزان ارزش غذایی پودر سفیده تخم مرغ نسبت به تخم مرغ تازه دارای یکنواختی و ثبات بیشتری است؛ علاوه بر این، دارای حجم کم و ماندگاری بالاست؛ همچنین پوسته تخم مرغ دارای بسیاری از باکتری‌های بیماری‌زا مانند سالمونلاست که ممکن است محتویات داخل تخم مرغ را نیز در خطر آلودگی قرار دهد؛ اما پودر سفیده تخم مرغ فاقد این معضل است. طبق نتایج، بهره‌گیری از پودر سفیده تخم مرغ در کینوا برگر سودمندتر از تخم مرغ تازه است.

### پیشینه پژوهش

در انجام این پژوهش از مقالات زیر استفاده شده است:

**غذای فراسودمند از:** غذای فراسودمند و پروبیوتیک، زهرا رخ‌بخش، جواد کرامت، سال ۱۳۹۴.

**کینوا از:** بررسی خصوصیات تغذیه‌ای کینوا و کاربرد آن در صنایع غذایی، آسیه قیافه شیرزادی، محمد جواد وردی، الناز میلانی، بی تا.

### منابع اصلی:

- خبرگزاری ایمننا، (۱۴۰۰)، در روزهای کرونایی پروتئین بیشتری مصرف کنید، علم و فناوری.
- رخ‌بخش، زهرا؛ کرامت، جواد، (۱۳۹۴)، غذای فراسودمند و پروبیوتیک، کنفرانس ملی دستاوردهای فناوری‌های علوم و صنایع غذایی ایران.
- سایت استاندارد ملی ایران، (۱۳۹۵)، همبرگر خام منجمد - ویژگی‌ها و روش‌های آزمون، شماره ۲۳۰۴.
- قیافه شیرزادی، آسیه؛ میلانی، الناز؛ وردی، محمد جواد، (بی تا)، بررسی خصوصیات تغذیه‌ای کینوا و کاربرد آن در صنایع غذایی، دومین کنفرانس بین‌المللی مهندسی کشاورزی منابع طبیعی و محیط زیست.
- مجله اینترنتی لیمو تاپ، (۱۳۹۸)، پودر سفیده تخم مرغ.
- مرادی معصومه، (بی تا)، کین.

## فناوری کیپسوله‌سازی مزیت رقابتی در صنعت غذا



**صالح عسکری**

کارشناس صنایع غذایی، مدیر  
کنترل کیفیت گروه تولیدی  
تک چین بهاران

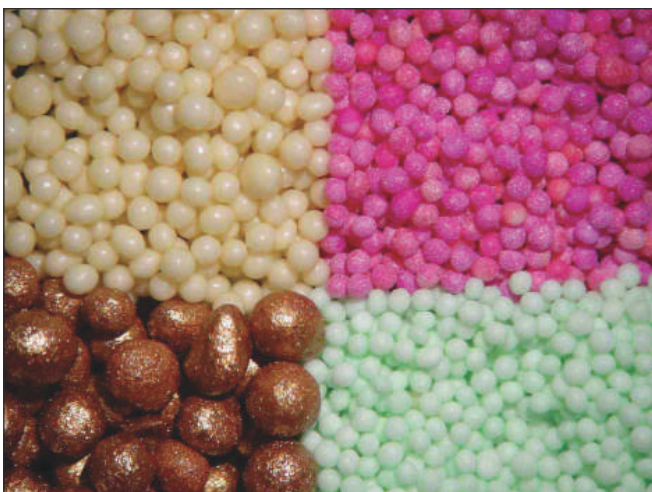


**محمد مهدی مقدم**

دکترای صنایع غذایی، مشاور  
تحقیق و توسعه گروه تولیدی  
تک چین بهاران

### مقدمه

طبیعی یا مصنوعی که به جنس هسته بستگی دارد، تشکیل شده است. رهاسازی کنترل شده هسته کیپسول طی زمان و غلظت مورد نظر در محیط مصرف از اهداف برنامه است. تغییر سلیقه و رژیم غذایی جامعه از غذاهای سنتی به صنعتی، باعث افزایش سهم مصرف غذاهای کترینگی (فست‌فود) شده است. مواد پودری و افزودنی که دارای قدرت حلالیت مناسب، معطر، طعم، رایحه و ارزش غذایی مناسب باشند، با فرآیند کیپسوله کردن تهیه می‌شوند که همراه غذاهای کترینگی می‌توانند مصرف یادر فرآیند تولید استفاده شوند. مواد غذایی سودمند می‌توانند به صورت پودر ریز و مشخص در حد مجاز مصرف، استفاده شده و با پوشش‌های رنگی از غذا مجزا شوند و قابل تشخیص باشند.



این پودرها می‌توانند ماندگاری بالا و سازگاری با شرایط انتقال داشته باشند؛ به نحوی که اکسیده نشوند و باعث انتقال غذاهای سودمند به بدن شوند. نقش پوسته کیپسول حفاظت از اجزای حساس غذا مانند طعم، ویتامین، نمک از آب، اکسیژن و نور است.

### عامل نوآوری

تکنولوژی کیپسولاسیون در مواد غذایی عامل ایجاد نوآوری است.

- کیپسوله‌سازی؛ فناوری ضروری برای استفاده از غذاهای سودمند
  - بهبود روش‌های تولید محصولات کشاورزی، فراوانی و تنوع در مواد غذایی را افزایش داده است.
  - توسعه پایدار با عملکرد بالا در کشاورزی امکان‌پذیر است.
- فناوری انکیپسولاسیون به صورت تجاری از دهه پنجاه میلادی معرفی شده و در ۳۰ سال گذشته در داروسازی به منظور رهاسازی کنترل شده دارو در بدن مورد استفاده قرار گرفته است. در صنایع غذایی این تکنیک جدید باعث آزادسازی تدریجی مواد ریز مغذی، افزایش زمان ماندگاری ترکیب‌های فعال طی فرآیند تولید و همچنین انتقال مواد به جایگاه مورد نظر در بدن می‌شود. دسترسی بدن به یون‌هایی مانند مس از طریق ترکیب‌های فعال بیولوژیکی یا غنی‌سازی و تکمیل خوراک دام توسط ویتامین و آنتی‌بیوتیک یکی از کاربردهای این تکنولوژی است. کیپسوله کردن مواد غذایی در افزایش بهره‌وری در کشاورزی و اصلاح رژیم غذایی در دام و انسان می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. مردم انتظار دارند غذا علاوه بر تامین انرژی و رفع گرسنگی، ایمن، راحت، سودمند و با کیفیت باشد. تکنولوژی کیپسوله کردن به این فرآیند کمک زیادی می‌کند. آنکو کیپسولاسیون فرآیندی است که در آن ذرات یا قطرات و حباب‌های ریز پراکنده، در یک زمینه به وسیله پوششی از جنس پلیمر و مواد آلی و معدنی احاطه می‌شوند. مواد داخل پوشش راهسته با فاز داخلی و پوشش را پوسته یا غشای نامند. انواع مواد غذایی، دارویی، مواد معطر بخش هسته کیپسول و غشا از مواد پلیمری و





بستر سیال ذرات به دمای مورد نظر رسید، مواد به صورت متمایز اسپری می‌شوند و مواد دیواره که ذوب شده‌اند در هوای خنک جامد و سفت می‌شوند. برنامه‌های کاربردی به‌منظور کپسوله کردن مواد غذایی سودمند برای استفاده در بدن در حال توسعه است. برای غذاهای کاربردی و مغذی این روش‌ها در حال افزایش است و مهم‌ترین نکته توجه اقتصادی این روش‌هاست. البته برخی حساسیت‌ها و محدودیت‌ها هنوز وجود دارد. ترکیب مواد غذایی حساس به رطوبت بالا، هنوز یک چالش است و کپسول‌های غیر قابل نفوذ به آب، نرم نیستند و مصرف‌کنندگان آن‌ها را حس می‌کنند.

### نتیجه‌گیری

کپسوله‌سازی به‌عنوان یک ابزار رقابتی برای ایجاد خصوصیات جدید در مواد غذایی معمولی است. مواد غذایی کاربردی و سودمند اگر بتواند به سهولت در دسترس بدن از طریق غذا قرار نگیرد، موفقیتی حاصل شده است. انتقال ویتامین‌ها، عصاره‌های گیاهی و پروبیوتیک‌ها به صورت پودرهای قابل حل با ماندگاری بالا که به راحتی در دسترس اندام‌ها و سلول‌های مورد نظر در بدن قرار گیرد، کاربرد ویژه آنکپسولاسیون است. پوشاندن طعم و جلوگیری از اکسید شدن آن‌ها در غذا و آزادسازی تدریجی و به موقع آن‌ها در این فرآیند قابل دستیابی است. توسعه این تکنولوژی یک رویکرد علمی چند رشته‌ای و یکپارچه لازم دارد. بسیاری از شرکت‌های تخصصی در این زمینه در حال کار هستند و طیف کاربرد آن‌ها را گسترش می‌دهند. البته این فرآوری در صنعت داروسازی قدمت و پیشرفت بیشتری دارد و در صنایع غذایی شرکت‌های تخصصی و پیشرو می‌توانند آن را به‌عنوان مزیت رقابتی به کار گیرند.

### روش‌های کپسوله کردن مواد غذایی

این روش‌ها بر اساس تجهیزات مورد استفاده، طبقه‌بندی می‌شوند و بر اساس نوع مواد و هدف از کاربرد انتخاب می‌شوند که شامل موارد زیر است:

**اکستروژن:** تولید قطرات کوچک مواد کپسوله و عبور با فشار از نازل؛ هرچه قطر سوراخ نازل کوچک باشد، کپسول ریزتر می‌شود. این روش حلال لازم ندارد و برای موادی که به حرارت حساس هستند، مانند طعم‌دهنده، آنزیم و ویتامین، به کار می‌رود. بهره‌وری از این روش پایین است.

### خنک کردن و سرد کردن پاششی spray cooling & spray chilling

در خنک کردن پاششی دمای محیط و در سرد کردن پاششی دمای یخچال استفاده می‌شود. برای فرآورده‌های خشک مانند سوپ آماده هم استفاده می‌شود. مواد دیواره کپسول در این روش چربی و موم است.

### خشک کردن پاششی spray drying

منابع غذایی این روش توسعه یافته، و معمولی‌ترین و قدیمی‌ترین روش است که برای مواد فعال و پروبیوتیک استفاده می‌شود؛ در ضمن ارزان و سریع است و برای کپسوله کردن ویتامین، طعم‌دهنده و آنزیم‌ها کاربرد دارد. مواد دیواره باید حلالیت خوبی در آب داشته باشند. یون حاصله بسیار ریز است.

### توده‌سازی: به عنوان جداسازی فاز هاست.

جداسازی فاز مایع مواد پوشش‌دهنده از محلول پلیمری و پوشاندن آن اطراف ذرات هسته است. در این روش به صورت ساده از ژلاتین یا به صورت پیچیده از ژلاتین و صمغ عربی یا پلی ساکارید استفاده می‌شود.

### پوشش بستر سیال (fluid bed coating)

این فرآیند به وسیله معلق شدن ذرات جامد مواد هسته در هوای در حال حرکت رو به بالا انجام می‌شود که می‌تواند گرم یا خنک باشد. هنگامی که

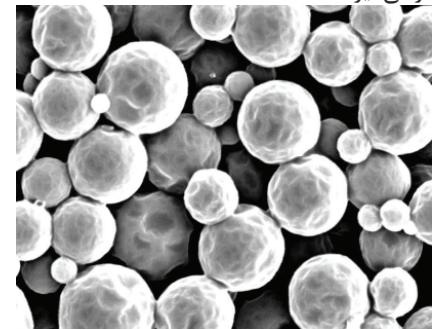
شرکت orbitz در کانادا نوشیدنی حاوی مخلوط کپسول‌های رنگی حاوی رایحه خاص همراه با ویتامین به فروش می‌رساند و مورد استقبال قرار گرفته است.

شرکت salvona (آمریکا) در انتشار تدریجی و متوالی مواد عطری از کپسوله کردن استفاده می‌کند.

این تکنیک می‌تواند به‌عنوان یک کاتالیست زیستی در فرآیند تولید مواد غذایی ایمن و سودمند و کارآمد استفاده شود. به‌عنوان فعال کاهش زمان رسیدگی پنیر و افزایش ماندگاری آن با کپسوله کردن آنزیم امکان پذیر است.

### توسعه کاربرد کپسوله کردن در ترکیب‌های مواد غذایی

به علت تنوع فرآورده‌های مواد غذایی، ساختار فیزیکی نهایی آن‌ها متفاوت و در حال توسعه است. کربوهیدرات‌هایی مانند نشاسته و مالتودکسترین جهت آنکو کپسولاسیون مواد غذایی استفاده می‌شوند. ویتامین‌ها، آنزیم‌ها، آنتی‌اکسیدان‌ها، نگه‌دارنده‌های مواد غذایی، طعم‌دهنده‌ها، پروبیوتیک‌ها و اولئوزین‌ها میکروانکپسوله می‌شوند؛ به‌عنوان مثال، اسید اسکوربیک (ویتامین C)، آنزیم لیپوزیم، آلفاتو کوفرول قابل حل در چربی به‌عنوان آنتی‌اکسیدان طبیعی و نیترات به‌عنوان نگه‌دارنده به همراه تیسپین که اثر باکتریواستاتیک روی باکتری لیستر یا دارنده، کپسوله می‌شوند و مورد استفاده قرار می‌گیرند.



### Reference:

- Encapsulation: an essential technology for functional food applications  
Pr.Denis Poncelet, Dr.Arnaud Picot, Dr.Samira El Mafadi, Capsulae  
D. Poncelet, A. Silva Prata, S. El Mafadi, L. Boillereaux, Advances in Fluid Bed coating: from dynamic to process control, in 36TH Annual meeting and exposition of the controlled release society, Copenhagen Denmark, July 18-22, 2009.  
E. Ivanova, E. Teunou, D. Poncelet, Alginate based macrocapsules as inoculants carriers for production of nitrogen fixing biofertilizers, in fundamentals of cell Immobilisation Biotechnology, R.willaert & V. Nedovic, Editors. 2004.  
E. Teunou, D. Poncelet, Batch and continuous fluid bed coating – review and state of art. Journal of Food Engineering, 2002. 53: p. 325-340.  
S. El mafadi, M. Hayert, D. Poncelet, Fluidization control in the Wurster coating process. Journal of Chemistry, Chemical Engineering and Technology, 2003.  
Bylaite, E., Nylander, T., Venskutonis, R., Jonsson, B. 2001. Emulsification of caraway essential oil in water by lecithin and blactoglobulin: Emulsion stability and propertice of the formed oilaqueous interface. Colloids and Surfaces B: Biointerfaces, 20, 327- 340.  
Bylait, E., Nylander, T., Venskutonis, R., Mapdbieriene, R. 2001. Propertice of caraway essential oil encapsulated in to milk protein based material. European Food research and Technology, 212, 661-670.  
Conrad, P., Miller, D., Cielenski, P., de Pablo, J. 2000. Stabilization and preservation of Lactobacillus acidophilus in saccharide matrices. Cryobiology, 41, 17-24

## فصل اول

## درآمدی بر حقوق کسب و کار (بخش دوم)

در شماره قبل، مباحث ۱ تا ۳۰ حقوق کسب و کار بررسی شد. در این شماره مباحث ۳۱ تا ۶۱ مورد بررسی قرار می‌گیرد.



ولی در عمل، معافیت مالیاتی در هر سال منوط به اعلام اسامی شرکت‌های دانش بنیان از سوی کارگروه تشخیص و ارزیابی شرکت‌های دانش بنیان به سازمان امور مالیاتی است.

**۳۳** پارک‌های علم و فناوری، موسسه‌های پژوهشی و فناوری هستند که با هدف افزایش ثروت از طریق نوآوری و فناوری از واحدهای فناوری و شرکت‌های متکی بر علم و دانش عضو یا مستقر در آن حمایت می‌کنند. مطابق ماده ۹ قانون حمایت از شرکت‌های دانش بنیان، واحدهای فناوری «مستقر» در پارک‌های علم و فناوری از مزایای قانونی مناطق آزاد در خصوص روابط کار، فعالیت‌های مالیاتی و عوارض و سرمایه‌گذاری خارجی و مبادلات مالی بین‌المللی برخوردار می‌شوند. از جمله مزیت‌های استقرار اشخاص حقیقی یا حقوقی در پارک‌های علم و فناوری از قرار زیر است:

**الف)** معافیت مالیات عملکرد به مدت بیست سال از تاریخ مجوز

**۳۱** از جمله مزایای شرکت دانش بنیان عبارت است از:

**الف)** معافیت از مالیات عملکرد به مدت پانزده سال؛

**ب)** استفاده از تسهیلات صندوق نوآوری و شکوفایی؛

**پ)** امکان به کارگیری نیروی سرباز (امریه دانش بنیان)؛

**ت)** معافیت قرار دادهای دانش بنیان از اعمال ضریب حق بیمه؛

**ث)** امکان استقرار در اماکن مسکونی؛

**ج)** امکان استقرار در محدوده شهرهای دارای محدودیت استقرار و دریافت مجوزهای مربوطه (ماده ۸ قانون).

**۳۲** در خصوص استفاده از تسهیلات و معافیت‌های مربوط به شرکت‌های دانش بنیان، چند نکته قابل ذکر است: اولاً، شرکت دولتی نباشد؛ ثانیاً، میزان استفاده از تسهیلات بستگی به نوع دانش بنیانی دارد، به‌عنوان مثال، شرکت دانش بنیان «نوع دو» امکان استفاده از معافیت مالیاتی را ندارد؛ ثالثاً، اگر شرکتی صد محصول دارد که تنها دو محصول آن از حیث دانش بنیان تایید شده است، فقط در خصوص همان دو محصول می‌تواند از مزایای مربوطه نظیر معافیت مالیاتی استفاده کند؛ رابعاً اگر چه معافیت مالیاتی عملکرد پانزده ساله است،



و در جهت جذب سرمایه گذاری خارجی و انتقال فناوری و توسعه صادرات از تسهیلات، امتیازها و معافیت‌های خاص برخوردار است (ماده یک قانون مناطق آزاد)؛ هر منطقه توسط سازمان همان منطقه اداره (ماده ۵) و صدور مجوز برای انجام هر نوع فعالیت اقتصادی در محدوده منطقه، فقط در اختیار سازمان مربوطه است (ماده ۱۱)؛ از جمله مناطق آزاد تجاری صنعتی ایران عبارت‌اند از: کیش، قشم، چابهار، ارس، ماکو، اروند، انزلی و شهر فرودگاهی امام خمینی (ره).

**۳۸** از جمله امتیازهای فعالیت در منطقه آزاد می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

**(الف)** معافیت مالیاتی بیست ساله (ماده ۱۳ قانون مناطق آزاد)؛

**(ب)** عدم نیاز اتباع خارجی به اخذ روادید جهت ورود مستقیم به مناطق (ماده ۲ آیین‌نامه اجرایی صدور روادید در مناطق آزاد مصوب ۱۳۷۲)؛

**(پ)** معافیت از هرگونه عوارض معمول کشور به استثنای موارد خاص (تبصره ماده ۲ آیین‌نامه اجرایی اخذ عوارض در مناطق مصوب ۱۳۷۲)؛

**(ت)** داشتن مقررات خاص مربوط به اشتغال نیروی انسانی که عموماً نسبت به قانون کار متضمن مقرراتی مساعدتر به حال کارفرماست (ماده ۱۲ قانون مناطق آزاد و تصویب‌نامه مقررات اشتغال نیروی انسانی مصوب ۱۳۷۳).

**۳۹** **مناطق ویژه اقتصادی:** محدوده جغرافیایی که با هدف جذب سرمایه گذاری و رونق فعالیت‌های تولیدی و تجاری ایجاد شده است و به نسبت مناطق آزاد از امتیازها و معافیت‌های کمتری برخوردارند؛ به عنوان مثال، معافیت مالیاتی بیست ساله یا معافیت اتباع خارجی از اخذ روادید در مناطق ویژه اقتصادی وجود ندارد؛ همچنین خرده‌فروشی کالا در مناطق ویژه اقتصادی فقط برای اتباع خارجی امکان‌پذیر است؛ لیکن در مناطق آزاد خرده‌فروشی برای اتباع خارجی و داخلی امکان‌پذیر است. از نزدیک‌ترین مناطق ویژه اقتصادی به شهر تهران می‌توان به منطقه ویژه اقتصادی شهر فرودگاهی امام خمینی (در کنار فرودگاه امام)، پیام (در استان البرز)، سلفچگان (در استان قم) و گرمسار (در استان سمنان) اشاره کرد.

**۴۰** از جمله امتیازهای فعالیت در منطقه ویژه اقتصادی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

• تبعیت از مقررات اشتغال نیروی انسانی مناطق آزاد (به استثنای مقررات راجع به اشتغال اتباع خارجه)؛

• ورود ماشین‌آلات خط تولید و ابزار و اثاثیه اداری بدون عوارض گمرکی؛

• معافیت از مالیات بر ارزش افزوده؛

• معافیت مالیاتی تحت شرایط ماده ۱۳۲ قانون مالیات‌های مستقیم (بند پ و د ماده ۱۳۲)؛

• عدم محدودیت زمانی مترو که شدن کالا در منطقه ویژه.

**۴۱** بهره‌مندی از مزایای مناطق آزاد یا ویژه اقتصادی، مستلزم ثبت شرکت نبوده و اشخاص حقیقی فعال در منطقه هم از این مزایا بهره‌مند خواهند شد.

**۴۲** شهرک صنعتی به منطقه‌ای گفته می‌شود که به منظور توسعه تولیدات صنعتی در خارج از شهر ایجاد می‌شود و این امکان را فراهم می‌کند تا شرکت‌های مستقر در آن از زیرساخت‌های موجود در شهرک و خدمات راجع به آن استفاده کرده و ضمن حفظ محیط زیست، هزینه تولید را کاهش دهند؛ شهرک‌های صنعتی توسط شرکت شهرک‌های صنعتی همان شهرک و بر طبق مفاد اساسنامه و اصول قانون تجارت اداره می‌شوند و از شمول مقررات مغایر مستثنا هستند؛ ولی از حیث ضوابط استخدامی تابع قانون کار و تأمین اجتماعی هستند و از این حیث تفاوتی با مقررات سرزمینی ایران ندارند (بند ۵ ماده واحده قانون تأسیس شرکت شهرک‌های صنعتی ایران ۱۳۶۳)؛ همچنین پس از اینکه صاحبان واحدهای صنعتی مستقر، پروانه بهره‌برداری در یافت کنند، اراضی به نحو قطعی به آن‌ها منتقل می‌شود و چنانچه تعداد واحدهای اداری دارای پروانه بهره‌برداری به تعداد کافی برسد، مدیریت شهرک از سوی شرکت شهرک‌های صنعتی به

استقرار صادره توسط مدیریت پارک؛

**(ب)** معافیت مالیات حقوق کارکنان شاغل در واحدهای فناوری؛

**(پ)** معافیت از مالیات بر ارزش افزوده؛

**(ت)** معافیت از پرداخت هرگونه عوارض معمول کشور؛

**(ث)** اعطای پروانه بهره‌برداری و مجوز استقرار و فعالیت در محدوده ۱۲۰ کیلومتری شهر تهران.

**۳۴** تفاوت‌های شرکت‌های دانش‌بنیان با واحدهای مستقر در پارک‌های علم و فناوری:

**(الف)** معافیت مالیاتی پارک بیست ساله است و کلیه درآمدهایی که در پارک محقق شود، معاف است. معافیت مالیاتی شرکت دانش‌بنیان ۱۵ ساله است و صرفاً به درآمد ناشی از محصول یا خدمات دانش‌بنیان اختصاص دارد؛

**(ب)** کارکنان شاغل در واحدهای مستقر در پارک از مالیات بر حقوق معاف هستند؛ ولی این امر در شرکت‌های دانش‌بنیان وجود ندارد؛

**(پ)** واحدهای مستقر در پارک از پرداخت مالیات بر ارزش افزوده معاف هستند (مواد ۶ و ۷ و ۱۳ قانون)؛ ولی شرکت‌های دانش‌بنیان چنین معافیتی ندارند؛

**(ت)** پارک تابع مقررات مناطق آزاد است؛ لذا اصولاً از شمول قانون کار خارج است؛ ولی این موضوع در شرکت‌های دانش‌بنیان وجود ندارد.

**(ث)** واحدهای فناوری مستقر در پارک می‌توانند حقیقی یا حقوقی باشند؛ ولی استفاده از امتیازهای دانش‌بنیان صرفاً به اشخاص حقوقی اختصاص دارد.

**(ج)** شرکت‌های دانش‌بنیان از حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و صندوق نوآوری و شکوفایی به لحاظ مالی و ارایه تسهیلات برخوردارند که واحدهای مستقر در پارک اصولاً امتیاز اخیر را ندارند.

**۳۵** مرکز رشد، نهادی پژوهشی و فناوری است که با ارایه خدمات حمایتی به ایجاد و توسعه واحدهای فناوری نوپا کمک می‌کند (آیین‌نامه نحوه راه‌اندازی و فعالیت مراکز رشد واحدهای فناوری). اگر مرکز رشد وابسته به پارک علم و فناوری باشد، از همان مزایای پارک برخوردار است؛ در غیر این صورت، قوانین حمایتی کمتری نسبت به پارک علم و فناوری دارد؛ از جمله این که واحدهای مستقر در مراکز رشدی که به پارک علم و فناوری وابسته نیستند، مزیت معافیت مالیاتی ندارند.

**۳۶** شرکت‌هایی که دارای ویژگی‌های زیر باشند، شرکت نوپا محسوب شده و می‌توانند از مزایای مندرج در آیین‌نامه حمایت از شرکت‌های نوپا مصوب ۱۳۹۸/۲/۲۹ بهره‌مند شوند:

**(الف)** شرکت خصوصی یا تعاونی که در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات باشد؛

**(ب)** کمتر از سه سال از تاریخ ثبت آن گذشته باشد؛

**(پ)** حداکثر سرمایه ثبتی شرکت دو میلیارد و پانصد میلیون (۲,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال) باشد؛

**(ت)** درآمد شرکت در سال کمتر از پنج میلیارد (۵,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال) باشد. این مبلغ در سال ۱۳۹۸ ملاک است و در سال‌های بعد بر اساس نرخ تورم اعلامی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران توسط کارگروه موضوع تبصره ماده (۱۰) این تصویب‌نامه تعدیل و اعلام خواهد شد؛

**(ث)** موسسان و صاحبان سهام شرکت نسبت به توزیع سود اقدام نکنند و با رعایت قانون تجارت به حساب افزایش سرمایه شرکت منظور کنند و در یافتی ماهانه آن‌ها از سه برابر حداقل حقوق و دستمزد سالیانه کارگران مشمول قانون کار بیشتر نباشد؛

**(ج)** مشخصات شرکت در سامانه متمرکز درخواست خدمات سازمان فناوری اطلاعات ایران موضوع ماده (۱۱) این تصویب‌نامه ثبت شده باشد.

**۳۷** **مناطق آزاد تجاری صنعتی:** محدوده‌ای از قلمرو ایران است که از برخی مقررات عمومی کشور مستثنا شده و تابع قوانین و مقررات خاص خود است

صاحبان واحدهای صنعتی مستقر واگذار خواهد شد.

**۴۳** از مزایای استقرار در شهرک‌های صنعتی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: امکان دریافت تسهیلات بانکی در قبال دفترچه تخصیص زمین به‌عنوان وثیقه (تبصره ۲ الحاق به آیین‌نامه فصل سوم قانون عملیات بانکی بدون ربا)؛ معافیت مالیاتی تحت شرایط ماده ۱۳۲ قانون مالیات‌های مستقیم (بند پ و د ماده ۱۳۲).

**۴۴** سرمایه‌گذاری خارجی نیازی به اخذ مجوز ندارد (ماده ۶ آیین‌نامه)؛ اما اگر متقاضی می‌خواهد از امتیازها و حمایت‌های پیش‌بینی شده در قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی مصوب ۱۳۸۱ استفاده کند، باید مجوز مربوطه را دریافت کند (ماده ۳ همین قانون). در این راستا متقاضی باید درخواست خویش را از طریق سایت [investinim.ir](http://investinim.ir) به سازمان سرمایه‌گذاری تقدیم کند و سازمان پس از اخذ نظر وزارتخانه بخش مربوطه، مکلف است ظرف حداکثر پانزده روز این درخواست را در هیات سرمایه‌گذاری خارجی مطرح و هیات هم باید حداکثر ظرف یک ماه اعلام نظر کند (تبصره ماده ۶ قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی مصوب ۱۳۸۱).

**۴۵** برای اینکه سرمایه‌گذاری، خارجی محسوب و مشمول حمایت‌های ویژه قانونی قرار بگیرد، نیازی نیست متقاضی از اتباع خارجی باشد؛ بلکه ملاک، منشاسرمایه است؛ بنابراین اگر یک ایرانی سرمایه‌یجاد شده در خارج را وارد ایران کند، می‌تواند از مزایای قانون حمایت از سرمایه‌گذاری خارجی بهره‌مند شود. صرف نظر از اینکه متقاضی می‌تواند ایرانی یا خارجی، حقیقی یا حقوقی باشد، سرمایه‌نیز می‌تواند نقد یا غیر نقد (مانند ماشین‌آلات، حق اختراع و خدمات تخصصی) باشد (ماده ۱ قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی).

**۴۶** ثبت شرکت با ۱۰ درصد سهام متعلق به اتباع خارجی امکان‌پذیر است (بند ۱ از بند پ ماده ۴ آیین‌نامه قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی) و رویه عملی اداره ثبت شرکت‌ها هم از ثبت چنین شرکت‌هایی حکایت دارد. آنچه ممنوع است، دادن امتیاز تاسیس شرکت به خارجی‌ان است (اصل ۸۱ قانون اساسی) و منظور از امتیاز، حقوق ویژه‌ای است که سرمایه‌گذاران خارجی را در موقعیت انحصاری قرار دهد (بند ج ماده ۲ قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی).

**۴۷** حمایت‌های پیش‌بینی شده در قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی از قبیل ذیل است:

**الف)** سرمایه‌گذاری‌های خارجی مشمول این قانون، از کلیه حقوق، حمایت‌ها و تسهیلاتی که برای سرمایه‌گذاری داخلی موجود است به‌طور یکسان برخوردار هستند (ماده ۸ قانون)؛

**ب)** سرمایه‌گذاری خارجی مورد سلب مالکیت و ملی شدن قرار نخواهد گرفت؛ مگر برای منافع عمومی، به موجب فرآیند قانونی، به روش غیر تبعیض‌آمیز و در مقابل پرداخت مناسب غرامت به‌ماخذ ارزش واقعی آن سرمایه‌گذاری بلافاصله قبل از سلب مالکیت (ماده ۹ قانون)؛

**پ)** اصل سرمایه خارجی و منافع و سود حاصل از آن تحت شرایط این قانون، قابل انتقال به خارج است (مواد ۱۳ و ۱۴ قانون)؛

**ت)** محدودیتی از نظر درصد مشارکت سرمایه‌گذاری خارجی وجود ندارد (بند ۱ از بند پ ماده ۴ آیین‌نامه)؛

**ث)** صدور روادید، اجازه اقامت، صدور پروانه کار و اشتغال حسب مورد برای سرمایه‌گذاران، مدیران و کارشناسان خارجی و بستگان درجه یک آن‌ها (ماده ۲۰ قانون و ماده ۳۵ آیین‌نامه)؛

**ج)** ورود سرمایه نقدی و غیر نقدی خارجی صرفاً بر اساس مجوز سرمایه‌گذاری انجام می‌شود و به مجوز دیگر نیازی نیست (ماده ۴ آیین‌نامه)؛

**چ)** امکان استفاده از مشورت‌های مرکز خدمات سرمایه‌گذاری خارجی.

**۴۸** هیات مقررات‌زدایی و تسهیل صدور مجوزهای کسب و کار بر اساس ماده ۷ قانون اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ (اصلاحی ۱۳۹۳) و ماده ۵۷ قانون رفع موانع تولید (۱۳۹۴) تشکیل شده و کارکرد اصلی آن، حذف یا اصلاح مقررات مخل کسب و کار و تسهیل صدور مجوزهای کسب و کار است؛ بنابراین اگر شخصی در خصوص گرفتن مجوزی نیاز به مشاوره و راهنمایی دارد یا از مرجع صدور مجوز شکایت داشته یا مقرره‌ای را مخل کسب و کار می‌داند، می‌تواند به سایت [G4b.ir](http://G4b.ir) مراجعه کند. گفتنی است، دبیرخانه هیات، در معاونت امور اقتصادی وزارت اقتصاد (مرکز ملی مطالعات، پایش و بهبود محیط کسب و کار) مستقر است. تصمیم‌های هیات مقررات‌زدایی اگر مستلزم تغییر قانون یا مصوبات هیات وزیران باشد، هیات باید پیشنهاد خود را به ترتیب برای مجلس و هیات وزیران ارسال کند؛ اما اصلاح یا لغو مقرره‌ای پایین‌تر، نظیر آیین‌نامه یا بخشنامه صادره توسط وزرا و روسای سازمان‌های دولتی راساً با هیات بوده و مصوبات آن لازم‌الاجراست.

**۴۹** ستاد تسهیل و رفع موانع تولید، بر اساس ماده ۶۱ الحاقی به قانون رفع موانع تولید (۱۳۹۷) تشکیل شده و کارکرد اصلی آن، رفع مشکل واحدهای تولیدی (یعنی شخص حقیقی یا حقوقی تولیدکننده کالا یا خدمات دارای مجوز) در زمینه‌های معوقات و مشکلات بانکی، مالیاتی، بیمه‌ای، گمرکی، محیط زیست، منابع طبیعی و سایر امور مرتبط با بخش تولید است؛ دبیرخانه ستاد در وزارت صمت قرار دارد؛ علاوه بر ستاد که جنبه ملی دارد، در هر استان کارگروه رفع موانع تولید نیز تشکیل می‌شود که مصوبات ستاد و کارگروه لازم‌الاجراست (تبصره ماده ۴ آیین‌نامه اجرایی ماده ۶۱ قانون رفع موانع تولید مصوب ۱۳۹۸/۱۱/۱۶ هیات وزیران)؛ بنابراین واحدهای تولیدی می‌توانند درخواست خودشان را حسب مورد در ستاد یا کارگروه مذکور مطرح کنند و در صورتی که دستگاه یا نهاد مربوطه رای ستاد رفع موانع تولید را اجرا نکنند، علاوه بر ارجاع امر به هیات رسیدگی به تخلفات اداری در خصوص نهادهای دولتی، ذی‌نفع می‌تواند الزام نهاد مربوطه به اجرای مصوبه را از مراجع ذی‌صلاح (حسب مورد دادگاه عمومی یا دیوان عدالت اداری) تقاضا کند.

**۵۰** شورای گفت‌وگو دولت و بخش خصوصی با هدف تسهیل محیط کسب و کار و بر مبنای ماده ۷۵ قانون برنامه پنجم توسعه و ماده ۱۱ قانون بهبود محیط کسب و کار (مصوب ۱۳۹۰) و بند الف ماده ۱۲ قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه (مصوب ۱۳۹۵) تشکیل شده و آرایه پیشنهاد اصلاح، حذف یا وضع مقررات و همچنین بنیان خواسته‌های بخش خصوصی از دستگاه‌های اجرایی از جمله وظایف و اختیارات این شورا است. مصوبات شورا حداکثر ظرف مدت سی روز در دستور کار هیات دولت قرار می‌گیرد تا در جلسه هیات دولت مطرح و درباره آن تصمیم‌گیری شود (تبصره ۴ ماده ۱۱ قانون بهبود محیط کسب و کار)؛ بنابراین فعالان کسب و کار می‌توانند مشکلات و پیشنهادها را از طریق سایت [ppdc.ir](http://ppdc.ir) به اتاق بازرگانی (به‌عنوان دبیرخانه شورا) اعلام و پیگیری کنند.

**۵۱** مطابق بند ب ماده ۱۲ قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه (مصوب ۱۳۹۵)، اتاق بازرگانی موظف است با همکاری اتاق تعاون و اصناف، نسبت به شناسایی قوانین، مقررات و بخشنامه‌های مخل تولید و سرمایه‌گذاری در کشور اقدام کند و با نظرخواهی مستمر از تشکل‌های تولیدی و صادراتی سراسر کشور و بررسی و پردازش مشکلات و خواسته‌های آن‌ها، به‌طور مستمر گزارش‌ها و پیشنهادهایی را تهیه کند و به کمیته‌ای متشکل از دو نفر از هر قوه به انتخاب رییس آن قوه ارایه دهد. کمیته مذکور که به کمیته ماده ۱۲ شهرت دارد، موظف است ضمن بررسی پیشنهادهای ارایه شده، راهکار قانونی لازم را اتخاذ کند. مصوبات جلسه مذکور حداکثر ظرف سی روز کاری در دستور کار هیات وزیران قرار می‌گیرد. دبیرخانه این کمیته نیز مانند شورای گفت‌وگو در اتاق بازرگانی



تاریخ صدور رای است؛ مگر اینکه در رای دیوان تصریح شود که مصوبه از تاریخ وضع آن بی اثر می شود (ماده ۱۳ قانون دیوان عدالت اداری)؛ همچنین در صورتی که اشخاص به آرا و تصمیم های قطعی مراجع اداری (مانند مراجع حل اختلاف کار، مالیاتی یا تامین اجتماعی) معترض باشند، می توانند ظرف سه ماه (۹۰ روز) از تاریخ ابلاغ رای یا تصمیم قطعی به آن اعتراض کنند.

**۵۷** دولت مکلف است در مراحل بررسی موضوع های مربوط به محیط کسب و کار برای اصلاح و تدوین مقررات و آیین نامه ها، نظر کتبی اتاق ها و آن دسته از تشکل های مربوطه را که عضو اتاق ها نیستند، اعم از کارفرمایی و کارگری، درخواست و بررسی کند و هرگاه لازم دید آنان را به جلسات تصمیم گیری دعوت کند؛ همچنین دستگاه های اجرایی مکلفند هنگام تدوین یا اصلاح مقررات، بخشنامه ها و رویه های اجرایی، نظر تشکل های اقتصادی مربوطه را استعلام کنند و مورد توجه قرار دهند (مواد ۲ و ۳ قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار). در صورت عدم رعایت تکالیف اخیر، هر شخصی می تواند تقاضای ابطال مقررده وضع شده را از دیوان عدالت اداری بخواهد.

**۵۸** اتاق بازرگانی ایران، موسسه ای است با شخصیت حقوقی مستقل، غیردولتی و غیرانتفاعی است که از مهم ترین وظایف آن، ایجاد هماهنگی میان بازرگانان و تشکل های مشترک با سایر کشورها و حل و فصل اختلاف ها از طریق مرکز داوی اتاق و کمک به افزایش توان صادراتی کشور است. صدور کارت عضویت و بازرگانی، صدور گواهی مبدا و ثبت تشکل های اقتصادی از دیگر خدمات اتاق ایران است (ماده ۵ قانون اتاق ایران). جدای از اتاق ایران که دبیرخانه آن در تهران است، کلیه استان ها از جمله تهران هم دارای اتاق بازرگانی مستقل هستند.

**۵۹** اتاق تعاون ایران، موسسه ای با شخصیت حقوقی مستقل، غیردولتی و غیرانتفاعی است که در ۱۳۷۳ به موجب ماده ۵۷ قانون بخش تعاون تشکیل شده و انجام کلیه وظایف و اختیارات اتاق بازرگانی ایران در ارتباط با بخش تعاون بر عهده این اتاق است؛ همچنین وزارت تعاون، وظایف حاکمیتی و اتاق تعاون ایران و دیگر تشکل های تعاونی، وظایف تصدی گری بخش تعاون را بر عهده دارند و هرگونه دخالت در مورد اجرایی، مدیریتی، مجامع و انتخابات اتاق های تعاون ممنوع است؛ البته این امر، نافی وظایف قانونی نظارتی وزارت تعاون بر تعاونی ها نیست (ماده ۷۳ قانون بخش تعاون). از دیگر وظایف و اختیارات اتاق تعاون می توان به ارائه نظریات مشورتی به قوای سه گانه و سایر مراجع جهت تنظیم مقررات راجع به بخش تعاون، داوری در امور حرفه ای بین اشخاص بخش تعاون با سایر اشخاص از طریق مرکز داوری اتاق و صدور کارت بازرگانی برای اشخاص حقوقی بخش تعاونی اشاره کرد (ماده ۵۷ قانون بخش تعاون). در راستای پیگیری مطالبات فعالان بخش تعاون، اتاق تعاون در شورا و مجامع مختلف از جمله شورای رقابت، شورای گفت و گو و هیات مقررات زدایی عضویت دارد. برای اطلاع بیشتر از خدمات اتاق تعاون ایران می توان به سایت این اتاق به نشانی [www.CCCOOP.ir](http://CCCOOP.ir) مراجعه کرد.

**۶۰** اتاق اصناف ایران، موسسه ای با شخصیت حقوقی مستقل، غیر تجاری و غیرانتفاعی است که به منظور ساماندهی اصناف کشور و مشارکت در مدیریت مسایل صنفی از نمایندگان هیات رییسه اتاق های اصناف شهرستان کشور تشکیل شده و بر اساس قانون نظام صنفی مصوب ۱۳۸۲ (با اصلاحات ۱۳۹۲) اداره می شود (مواد ۴۱ و ۴۲ و ۴۵ قانون نظام صنفی). برای اطلاع بیشتر از خدمات اتاق اصناف ایران می توان به سایت [www.otaghasnafaيران.ir](http://www.otaghasnafaيران.ir) مراجعه کرد.

**۶۱** کلیه شهروندان برای دریافت مشاوره حقوقی رایگان می توانند با سامانه تلفنی ۱۲۹ متعلق به قوه قضاییه تماس حاصل کنند.

ایران قرار دارد. تفاوت اصلی کمیته ماده ۱۲ با شورای گفت و گو در ترکیب اعضا و صلاحیت محدودتر این کمیته نسبت به شورا است (مواد ۷۵ و ۷۶ قانون برنامه پنجم و بندهای الف و ب ماده ۱۲ قانون احکام دائمی). مضاف بر اینکه در هر استان نیز یک شورای گفت و گوی استانی وجود دارد؛ در حالی که کمیته ماده ۱۲ صرفاً در سطح ملی و در تهران بر گزار می شود.

**۵۲** کارگروه کاهش موانع کسب و کارهای مجازی (مستقر در معاونت حقوقی رییس جمهور)، مطابق مصوبه شماره ۵۴۹۹۱/۲۲۸۴۸ مورخ ۱۳۹۶/۱۱/۳ هیات وزیران تشکیل شده و کارکرد اصلی آن رسیدگی به شکایت دستگاه های دولتی از کسب و کارهای مجازی با هدف کمک به این کسب و کارها و جلوگیری از فیلتر شدن آن هاست. در راستای همین مصوبه و برابر بخشنامه شماره ۳۵۲۲۸/۱۲۵۷۷۷ مورخ ۱۳۹۷/۹/۲۵ معاون حقوقی رییس جمهور، دستگاه های دولتی (اعم از وزارتخانه ها، موسسات دولتی و شرکت های دولتی)، نمی توانند بدون اخذ مجوز قبلی از «کارگروه کاهش موانع کسب و کارهای مجازی» در مراجع قضایی طرح دعوی کرده و فیلتر شدن سایت متصدیان کسب و کار را تقاضا کنند؛ در غیر این صورت مدیر دستگاه دولتی که بدون مجوز، شکایت را امضا کند، به هیات رسیدگی به تخلفات اداری جهت رسیدگی ارجاع خواهد شد.

**۵۳** شورای رقابت، یک نهاد فراقوه ای است که وظیفه اصلی آن، رفع انحصار از بازار و برخورد با رویه های ضد رقابتی است (ماده ۵۳ قانون اجرای اصل ۴۴). کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی عمومی، دولتی، تعاونی و خصوصی مکلف به رعایت حقوق رقابت (مندرج در فصل نهم اصل ۴۴) هستند؛ به عنوان مثال، اگر شرکتی به دلیل تسلط بر قسمت عمده ای از بازار با سوء استفاده از این وضعیت خود، مانع ورود سایر رقبا به بازار شود، رقیب می تواند از طریق سایت شورای رقابت به نشانی [nicc.gov.ir](http://nicc.gov.ir) شرکت نامبرده شکایت کند؛ البته علاوه بر امکان شکایت هر شخص حقیقی و حقوقی در شورای رقابت، این شورا می تواند اساساً با رویه های ضد رقابتی برخورد کند. شورا مکلف است برای رسیدگی به شکایت، وقت رسیدگی تعیین کند و طرفین اختلاف می توانند شخصا حاضر شوند یا وکیل معرفی کرده یا لایحه تقدیم کنند (ماده ۶۲).

**۵۴** آرای صادره از سوی شورا ظرف بیست روز از ابلاغ قابل اعتراض در هیات تجدیدنظر است و رای هیات اخیر (اعم از نقض، تایید، اصلاح یا هر تصمیم دیگر) قطعی است (مواد ۶۳ و ۶۴)؛ مطابق رویه عملی، از آرای قطعی هیات تجدیدنظر یا قطعیت یافته شورای رقابت (به دلیل عدم تجدیدنظرخواهی ظرف بیست روز) می توان ظرف سه ماه به دیوان عدالت اداری اعتراض کرد. گفتنی است؛ تجدیدنظرخواهی از آرای شورای رقابت اصولاً مانع اجرای رای نیست؛ مگر اینکه تجدیدنظرخواه تقاضای توقف اجرای رای را هم کرده باشد که در این صورت هیات تجدیدنظر می تواند با اخذ تضمین مناسب دستور توقف اجرا را صادر کند (ماده ۶۵ قانون اجرای اصل ۴۴).

**۵۵** امکان مطالبه خسارت در شورای رقابت وجود ندارد و شخص زیان دیده از رویه های ضد رقابتی می تواند حداکثر ظرف یک سال از تاریخ قطعیت رای شورای رقابت یا هیات تجدیدنظر به دادگاه عمومی صلاحیت دار دادخواست مطالبه خسارت دهد. صدور رای دادگاه به خسارت منوط است به اینکه خواهان رونوشت رای قطعی شورای رقابت یا هیات تجدیدنظر را پیوست دادخواست کرده باشد (ماده ۶۶ قانون اجرای اصل ۴۴).

**۵۶** در صورتی که مردم به اقدام ماموران یا واحدها یا آیین نامه های دولتی معترض باشند، می توانند شکایت خویش را در دیوان عدالت اداری مطرح کنند (اصل ۱۷۳ قانون اساسی)؛ بنابراین اگر مصوبه ای خلاف قانون باشد (به عنوان مثال، مقامی که مصوبه را تصویب کرده خارج از اختیارات خود عمل کرده باشد)، مصوبه توسط دیوان ابطال می شود. اثر ابطال اصولاً از



## نحوه تبلیغات صنایع غذایی در فضای مجازی

فضای مجازی امکانات فوق العاده‌ای در اختیار هر نوع کسب و کار قرار می‌دهد. تبلیغات صنایع غذایی نیز شامل این موارد است. برای پیشرفت باید روش‌های سنتی را تعدیل کنید و به جای استفاده مطلق از آن‌ها به فکر شیوه‌های جدید باشید.

تبلیغات صنایع غذایی شامل دسته‌بندی در چند بخش می‌شود. ابتدا این موارد با دسته‌بندی شرح داده می‌شود؛ سپس اولویت‌ها برای بهره‌مندی حداکثر ذکر می‌شود.

مهم‌تر از اجرا، برنامه‌ریزی است. به هیچ وجه قصد نداریم روند کاری شما را با ماه‌ها صرف وقت روی این بخش طولانی کنیم؛ اما بدون اینکه دید کاملی به این فضا داشته باشید، چطور می‌توانید انتظار بهترین بازدهی را داشته باشید؟

اولین گام، استفاده از شبکه‌های اجتماعی است که امکانات خوبی را به رایگان در اختیار شما قرار می‌دهند. در استفاده از این شبکه‌ها به روش‌های افزایش فروش دقت کنید.



می شود که شما چه هدفی دارید یا در حال حاضر در چه جایگاهی قرار دارید؟

آیا شما در حال حاضر هم یک برند شناخته شده در حوزه صنایع غذایی هستید؟ بنابراین باید عجله کنید! هر چه سریع تر به شبکه های اجتماعی خود سرو سامان بدهید. در صورتی که سایت شما پارامترهای لازم را ندارد، بدانید که امروز دیگر مانند زمان هایی که شروع به فرآیند برند سازی کردید تنها روش های سنتی پاسخگو نیست؛ به فکر باشید.

**آیا به تازگی برندسازی برای کسب و کارتان در حوزه مواد غذایی را شروع کرده اید؟** خب تبریک! در حال حاضر وب ظرفیت هایی دارد که با هزینه هایی بسیار کمتر از رقبای کهنه کار خود می توانید یک برند موفق باشید. اگر برنامه هایی طولانی مدت برای فروش و بازاریابی دارید، حتما به طراحی سایت اختصاصی با نام و لوگو خود فکر کنید. فاصله بین خریداران و تولیدکننده ها با استفاده از فضای مجازی از بین می رود. تنها باید مشورت با یک مجموعه امین و توانا را در نظر داشته باشید. همان قدر که این فضا ایده آل است، با استفاده نادرست می تواند به شما ضرر برساند. به فکر زیرساخت باشید و توسعه، گام بعدی خواهد بود. یک سایت شکیل از نظر گرافیکی که در دستگاه های موبایل و تبلت هم به خوبی نمایش داشته باشد اولین گام است و پس از آن شبکه های اجتماعی کمک زیادی به معرفی شما خواهند کرد. به جهانی شدن برندتان فکر کنید.

**آیا قصد برندسازی ندارید و دنبال کم هزینه ترین روش ها در ابتدای راه تبلیغات صنایع غذایی هستید؟** بهترین پیشنهاد برای شما برای آزمون و خطا کردن، استفاده از شبکه های اجتماعی است. اینستاگرام معجزه می کند. در نظر داشته باشید که درست است این شبکه ها تقریبا کم هزینه ترین هستند، اما همیشه اصول را رعایت کنید؛ به خصوص در انتخاب نام برند مناسب، حساسیت به خرج بدهید.

منبع: پنتازوم



## لیست شبکه های اجتماعی که باید در آن ها عضویت و فعالیت داشته باشید

- تلگرام (با توجه به اقبال استفاده هموطنان از این شبکه اجتماعی مکان ایده آلی برای تبلیغات شماست)؛
- اینستاگرام (ایده آل برای جذب مخاطب با امکان تعامل دوطرفه: درج نظر ذیل پست های شما+ جذب مخاطب هدفمند)؛
- لینکدین (ایده آل برای معرفی کسب و کار شما به دنیا)؛
- پینترست (تاثیر گذار در سئو سایت شما)؛
- فیسبوک (موثر در بحث معرفی کسب و کار در حوزه تبلیغات صنایع غذایی و سئو سایت شما)؛
- گوگل پلاس (موثر در سئو سایت شما).

به یاد داشته باشید بخشی از بازاریابی اینترنتی مربوط به بازاریابی اینستاگرام است که باید به آن توجه کنید (این مورد می تواند در معرفی شما تاثیر بسیار زیادی داشته باشد) و در آموزش بازاریابی اینترنتی به کارکنان خود نیز آن را مدنظر قرار دهید.

## نکته های مهم در تبلیغات صنایع غذایی در فضای مجازی

**عکاسی و گرافیک:** تصاویر زیبا از محصولات تولیدی شما در تبلیغاتتان فوق العاده تاثیر گذار است. غذا برای مردم جذاب است. با جلوه های ویژه می توانید به صفحه خودتان در شبکه های اجتماعی یا سایتتان جذابیت بیشتری اضافه کنید.

**امتیاز به مشتری:** شما نمی توانید هر روز تبلیغات ترشی و مربا یا دیگر محصولات خود را در صفحه های مجازی یا حتی سایتتان درج کنید. چقدر باید به مردم خرید را یادآوری کنید؟! صفحه های که پر شده از درخواست خرید شما به عنوان تولیدکننده یا فروشنده با ذکر خوبی بی حد محصولاتتان! دست نگه دارید. به جای آن به مردم اطلاعات بدهید؛ به طور مثال، اگر ترشی سیر یکی از مواردی است که به فروش می رسانید، کاملا هوشمندانه عمل کنید. می توانید یک پست در خصوص خواص سیر تولید کنید و به مردم آگاهی بدهید؛ بعد ترشی سیر خودتان را هم معرفی کنید. از این بنویسید که دیگر فرآیند تولید این محصول مفید زمان بر نیست؛ زیرا شما این محصول را با هزینه کمتر در اختیارشان قرار می دهید.

**نظم و استمرار، برنامه ریزی:** وقتی از نظم و استمرار صحبت می شود، دو منظور مورد توجه است: اول اینکه، در ظاهر باید این نظم را رعایت کنید. شما نمی توانید مشتریان،

دنبال کننده ها و کسانی را که با شما در طول زمان انس می گیرند، به حال خود رها کنید و هر زمان دلخواهتان بود، پستی منتشر کنید یا مسابقه ای بگذارید. ذهن مردم را شکل بدهید. با تعریف قوانین، ذهن دیگران را شرطی کنید. مثال: درج هر روز یک پست در اینستاگرام. در کار خود استمرار داشته و منظم باشید. امروز شش پست درج نکنید و هفته آینده که خسته شدید، تنها یک پست! دومین منظور ما از نظم در برنامه ریزی است. فکری باید پشت همه تبلیغات شما باشد. مثال: هر هفته دو پست در خصوص خواص خوراکی ها، دو پست تبلیغ محصولات، یک پست از کارخانه و خط تولید و یک پست مناسبی. این برنامه ریزی می تواند با صحبت با مدیریت فروش در جهت یکسان سازی بیشتر و هماهنگی واحدها، قوام پیدا کند.

**مشاوره با حرفه ای ها:** این مساله درست است که شبکه های اجتماعی و فضای مجازی امکانات فوق العاده ای در اختیار شما قرار می دهند. هر کسی به رایگان می تواند یک صفحه اینستاگرام درست کند و در آن عکس های مورد علاقه اش را آپلود کند؛ اما زمانی که روال شما تجاری می شود و می خواهید مخاطب جذب کرده یا برندسازی کنید، همه چیز فرق می کند. برای تجاری سازی نیاز به فکر، برنامه و هوشمندی است؛ حتی خود این شبکه ها نیز امکاناتی در ورژن تجاری شان به شما ارائه می کنند. پس از دانش افرادی که می توانند به شما کمک کنند، استفاده کنید.

## اولویت های اجرا

اولویت در تبلیغات صنایع غذایی با توجه به این مشخص

## چگونه عکس‌های تبلیغاتی از غذا بگیریم



غذایی زیرشاخه عکاسی تبلیغاتی است. به لحاظ اهمیتی که صنعت مواد غذایی دارد، عکاسی این بخش به عنوان شاخه‌ای تخصصی در بین عکاسان شناخته می‌شود. عکاسی از غذا به دلیل کار کردن با سوژه‌های خوراکی و معمولاً رنگی مفرح است. خروجی این سفارش‌ها عکس‌هایی پررنگ و لعاب همراه با جذابیت برای عموم مردم خواهد بود.

عکس‌های تبلیغاتی غذا باید اشتها برانگیز و ترغیب‌کننده باشد؛ به شکلی که ارتباطی قوی با مخاطب برقرار کرده و حس خوب استفاده از محصول را تداعی کند. عکاسی مواد غذایی شامل طیف گسترده‌ای از سوژه‌های خوراکی می‌شود. غذاهای سنتی، غذاهای بین‌المللی، فست‌فودها، نوشیدنی‌ها، شیرینی و شکلات، بستنی و قهوه همگی از سوژه‌های این نوع سفارش‌ها هستند.

### عوامل مهم در تولید عکس تبلیغاتی مواد غذایی

- عوامل مختلفی بر تهیه عکس‌های حرفه‌ای از مواد غذایی تاثیر گذارند که به صورت خلاصه عبارت‌اند از:
- تجهیزات حرفه‌ای شامل دوربین، لنز و ابزارهای نورپردازی؛
- دکور و فضاسازی متناسب با هر سوژه؛
- اکسسوار مرتبط با هر سفارش؛
- کانسپت و ایده عکس؛
- خلاقیت؛
- نورپردازی ویژه؛
- انتخاب زاویه و ترکیب‌بندی مناسب؛
- چیدمان و رنگ در عکس‌های مواد غذایی؛

عکس‌های تبلیغاتی غذا یکی از جذاب‌ترین انواع عکس‌های تجاری است. عکاسی از مواد غذایی، روش‌ها و ترفندهایی خاص دارد که عکاسان حرفه‌ای از آن‌ها استفاده می‌کنند.

### اهمیت عکس‌های تبلیغاتی غذا در تبلیغات

عکاسی از غذا و محصولات این صنعت تاثیر ویژه‌ای بر فروش شرکت‌های تولیدکننده این بخش دارد. عکاسی تبلیغاتی مواد غذایی بهترین شیوه تبلیغ و معرفی برندهای صنایع غذایی است.

### مزایای عکاسی مواد غذایی در تبلیغات

تصور کنید محصول جدیدی در بخش صنایع غذایی تولید و به بازار عرضه شود. مادامی که عکس جذابی از محصول تهیه و منتشر نشود، اقبال کمتری برای فروش خواهد داشت.

### عکاسی از غذا و محصولات این بخش مزایای متعددی برای برندهای تولیدکننده خواهد داشت:

- معرفی مناسب محصولات غذایی به شکلی جذاب به بازار هدف؛
- معرفی برند و تولیدکننده به شکل حرفه‌ای؛
- کمک به بازاریابی مستقیم برای فروش بیشتر؛
- موثر در تبلیغات غیرمستقیم از طریق انتشار در شبکه‌های اجتماعی؛
- ترغیب مصرف‌کنندگان به استفاده از محصول؛
- افزایش فروش محصول.

### عکاسی از غذا؛ ژانری جذاب برای عکاسان تبلیغاتی

عکاسی مواد غذایی را شاید بتوان ژانری خوشمزه برای عکاسان تبلیغاتی معرفی کرد. دلیل این موضوع، ارتباط عکاس با سوژه‌های خوراکی است، سوژه‌هایی که باید با هنر خلاقیت و تکنیک به جذاب‌ترین حالت ممکن نمایش داده شود. عکاسی مواد



طبیعی از پشت پنجره را تداعی می کند. تاباندن نور موضعی روی سوژه‌هایی مثل غذاهای چرب، سبزی‌های تازه و مرطوب حس تازگی را نمایش می دهد. گاهی استفاده از نور طبیعی روز انتخاب مناسب تری است. این نور حس فضای واقعی در عکس ایجاد می کند.

### ترکیب بندی در عکاسی از مواد غذایی

ترکیب بندی مناسب از ملاک‌های عکس‌های حرفه‌ای است. ترکیب بندی در عکس‌های تبلیغاتی مواد غذایی هم اهمیت ویژه‌ای دارد. کادرهای بسته، انتخابی مناسب برای عکس‌های غذایی است. نیازی نیست بخش‌های کامل دکور و اکسسوار در کادر قرار گیرند. انتخاب زاویه مناسب برای هر سوژه و استفاده از کادرهای خلاق جذابیت عکس‌های این بخش را بیشتر می کند. عکاسی زاویه بالا از مواد غذایی همیشه جذاب بوده، اما سلیقه در چیدمان، نکته مهم این سبک عکس‌هاست. عکاسی از شیرینی‌ها با زاویه پایین و دیافراگم باز منجر به عمق میدان کم و جذابیت بیشتر عکس خواهد شد.

### ایده پردازی در عکاسی از غذا

عکس‌های تبلیغاتی مواد غذایی با در نظر گرفتن اهداف و کاربرد آن‌ها تهیه می شوند؛ گاهی با هدف طراحی بسته بندی، گاهی هم برای تبلیغ یک برند روی بلیبورد و موارد متعدد دیگر.



two loves STUDIO

- سرعت عمل در اجرا؛
- ادیت حرفه‌ای عکس مواد غذایی.

### تجهیزات مناسب عکاسی مواد غذایی

استفاده از تجهیزات حرفه‌ای، مهم ترین عامل تولید عکس با کیفیت است؛ دوربین‌های حرفه‌ای SLR تا لارج فرمت که از سنسورهای با کیفیتی بهره مند بوده و انتخاب مناسبی برای این ژانر هستند. کیفیت تصویر این دوربین‌ها امکان استفاده عکس‌ها در سایزهای بسیار بزرگ را مقدور می سازد. لنزها هم تاثیر زیادی بر کیفیت تصاویر و ایجاد جذابیت در عکس‌ها دارند. لنزهای ماکرو و تله که از دیافراگم‌های باز برخوردارند، با ایجاد عمق میدان کم تصاویری حرفه‌ای را خلق می کنند. انتخاب لنز مناسب و با کیفیت تاثیر زیادی بر تهیه عکس‌های جذاب دارد.

### دکور و اکسسوار در عکاسی مواد غذایی

دکور و لوازم جانبی یکی از مهم ترین اجزای عکس‌های تبلیغاتی غذا هستند. دکور بخش مهمی در عکاسی مواد غذایی است؛ چراکه می تواند حس خاصی را به مخاطب القا کند. دکور مناسب و فضاسازی واقعی حس حضور در صحنه را برای مخاطب ایجاد می کند. این موضوع با تاثیر گذاشتن بر بیننده به موفقیت تبلیغ کمک خواهد کرد. برای تولید عکس‌های حرفه‌ای از مواد غذایی دکورهای مختلفی نیاز است؛ از دکورهای ساده گرفته تا فضا سازی‌های سنگین که بنابر نوع سفارش و نیاز مشتری تهیه و اجرا می شود. گاهی برای بعضی سفارش‌ها به دکورسازی نیاز نبوده و می توان در فضای واقعی کارفرما عکس‌ها را تهیه کرد. عکاسی از غذاهای مدرن بر روی میز رستوران و عکس‌های قهوه در فضای کافی شاپ بسیار جذاب خواهد بود. در این نوع سفارش‌ها استفاده از مدل انسانی از مزایای این سبک عکس‌ها خواهد بود. کافی است فقط بخشی از مدل تحت عنوان آشپز، گارسون یا بارستا در کادر قرار گیرد.

با توجه به سوژه‌های مختلف در عکاسی از مواد غذایی لازم است اکسسوار متناسب با سوژه انتخاب شود. ظروف در عکاسی از غذا اکسسواری مهم بوده و باید به تناسب سفارش‌ها، انتخاب و استفاده شود؛ برای مثال، استفاده از ظروف مدرن برای تبلیغ غذاهای سنتی مثل آبگوشت مناسب نیست.

### نور پردازی در عکاسی مواد غذایی

نور نقش مهمی در تولید عکس‌های هر ژانر دارد؛ اما نورپردازی هدفمند سوژه مهم ترین دلیل خلق عکس‌های متفاوت و حرفه‌ای است. استفاده مناسب از تکنیک‌های نورپردازی وجه تمایز عکاس حرفه‌ای از آماتور هاست. ایده‌های مختلفی را برای نورپردازی عکس‌های غذا می توان اجرا کرد. قرار دادن پارچه‌ای با سوراخ‌های متعدد در جلوی نور اصلی باعث ایجاد سایه روشن در بخش‌های مختلف دکور می شود. این تکنیک اگر درست اجرا شود حس تابش نور

- بستنی، سبزی‌ها و بعضی مواد غذایی پخته شده تحت تاثیر دمای محیط تغییر شکل می‌دهند. برای جلوگیری از این مشکل چند راهکار وجود دارد که در زیر توضیح داده شده است:
- دمای محیط را با دمای مناسب برای سوژه تطبیق دهید؛
  - سوژه‌ها را بعد از آماده کردن دکور و انتخاب زاویه در کادر قرار دهید؛
  - هنگام عکاسی سرعت عمل به خرج دهید.

### ادیت در عکاسی مواد غذایی

همان‌طور که گفته شد، برای تهیه عکس‌های حرفه‌ای باید از فرمت خام استفاده کنید. مزیت فایل RAW بازبودن دست‌آدیتور برای ویرایش‌های نرم‌افزاری سنگین و زمان‌بر است. ادیت معمولاً در عکاسی از مواد غذایی متفاوت از سایر سفارش‌هاست. مراحل ادیت عکس‌های مواد غذایی با ظرافت و تکنیک‌های متفاوتی انجام می‌شود. تعادل رنگ عکس از اصولی‌ترین موارد در بخش ادیت عکس‌های مواد غذایی است. عکس‌هایی با مشکل تهرنگ که باعث می‌شود رنگ سوژه واقعی نباشد، تصاویر موفق‌تری برای تبلیغات نیستند. استفاده از افکت‌های نرم‌افزاری در بعضی سفارش‌ها، حسی دراماتیک را در عکس ایجاد می‌کند و باعث جلب توجه بیشتر بیننده می‌شود؛ اما باید توجه کرد که این افکت‌ها مناسب هر نوع سوژه‌ای نیست.

### خلاقیت؛ اصل مهم در عکاسی از مواد غذایی

تمام موارد ذکر شده عوامل مهمی برای تولید عکس‌های حرفه‌ای در بخش صنایع غذایی است؛ اما خلاقیت، نکته مهم‌تر و کلید موفقیت در عکاسی از مواد غذایی خواهد بود. خلاقیت را در بیشتر مواردی که ذکر شد، می‌توان جای داد: خلاقیت در نورپردازی، چیدمان، ترکیب بندی و ایده پردازی. خلاقیت در عکس‌های مواد غذایی یک محصول می‌تواند پل موفقیت برند مذکور باشد.

### سخن آخر

عکاسی از مواد غذایی ژانری جذاب، اما همراه با چالش‌های فراوان است. تهیه عکس‌های حرفه‌ای از مواد غذایی نیازمند رعایت نکات بسیار بوده و تجربه و خلاقیت از عوامل موفقیت این عکس‌هاست.

علیرضا رستگار  
منبع: مانی



اهداف استفاده از عکس‌های تبلیغاتی هر چه باشد باید مفهومی را به مخاطب منتقل کند. ایده‌ها و مفاهیم عکس‌ها باعث تاثیر گذار بودن و موفقیت تبلیغ می‌شود. ایده‌پردازی ابزاری مهم برای نشان دادن مفاهیم و تفکرات تولید یک محصول است. عکاسی مواد غذایی هم نیازمند ایده‌پردازی و آرایه کانسپت به مخاطب است. مراحل ایده‌پردازی عکس‌های تبلیغاتی غذا با بررسی اهداف کارفرما انجام می‌شود. برای ایده‌پردازی این سفارش‌ها باید با نظرات و تفکرات سفارش‌دهنده آشنا شوید.

### چیدمان در عکاسی از مواد غذایی

ایجاد ریتمی هماهنگ در عکس با استفاده از چیدمان عناصر و سوژه از مزایای عکس‌های موفق است. نوع چیدمان دکور، اکسسوار و سوژه نسبت به هر سفارش متفاوت است و باید با دقت و حوصله انجام شود. خلاقیت و سلیقه در چیدمان عکس‌های غذا مهم‌ترین امتیاز برای عکاس است. خلاقیت در این بخش باعث می‌شود در هر سفارش عکس‌هایی متفاوت از قبل تهیه کنید. رنگ، نقش مهمی در عکاسی از مواد غذایی دارد. استفاده از اکسسوار رنگی جذابیت بیشتری به عکس‌های مواد غذایی می‌دهد. ظروف رنگی یا سبزیجات تازه در کنار مواد غذایی می‌تواند به عکس رنگ و لعابی مضاعف ببخشد.

### سرعت عمل در عکاسی مواد غذایی

یکی از چالش‌های عکاسی مواد غذایی، برخورد با سوژه‌های غذایی حساس به دماست. سوژه‌هایی مثل





133 Production Group

# صنایع غذایی ۱۳۳

## بسته بندی و فروش

- حبوبات • غلات • برنج
- ادویه جات • قند و شکر

شیراز، شهرک صنعتی بزرگ، میدان  
پژوهش (پنجم)، بلوار پژوهش شمالی  
خیابان ۳۰۶، سمت راست، صنایع غذایی ۱۳۳

• ۷۱ - ۳۷۷۴۵۲۴۳ 

• ۷۱ - ۳۷۷۴۵۲۴۰ - ۴۵ 

• ۹۱۰۹۱۰۰۱۳۳ 



گروه صنعتی

# پارتاک

•PARTAK



تولید کننده انواع  
سرکه های تقطیری

با اسیدیته ۵/۱ تا ۱۱ درصد  
و بالاتر تا ۱۶ درصد

به صورت فله و باک



کیفیت را تجربه کنید

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

فارس . مرودشت . شهرک  
صنعتی انجیره . خیابان ملل

۰۹۱۷۲۵۱۶۱۴۱  
۰۹۱۷۱۲۰۹۰۳۵





لذیذ و پرانرژی  
هر محصولی از توژی



### تولید کننده انواع:

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

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

کد پستی: ۷۱۹۳۷-۳۶۷۸۵  
تلفن: ۰۷۱-۳۶۲۷۹۹۵۱-۳۶۲۷۷۹۱۷  
تلفکس: ۰۷۱-۳۶۲۸۹۲۵۱  
سایت: [www.tooji.ir](http://www.tooji.ir)

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



# صنایع پلاستیک

# بَرَمِ دِلَک

# BARMEDELAk

برم دِلک نام سرچشمه، تالاب و گردشگاهی طبیعی در شرق شیراز است

| تنوع محصولات | کیفیت برتر | قیمت مناسب |

شرکت تولیدی صنعتی پلاستیک برم دِلک در سال ۱۳۵۶ در شهر شیراز فعالیت خود را در زمینه تولید انواع محصولات صنعتی، خانگی و کشاورزی آغاز نمود. این مجموعه افتخار دارد محصولات تولیدی خود را از بهترین و با کیفیت ترین مواد اولیه و توسط دستگاه های تزریقی و بادی به هموطنان عزیز ارایه نماید.

| تولید کننده انواع : ● سبدهای خرما، میگو و ماهی ● قفس حمل مرغ زنده |  
● گالن های ساده و صنعتی، دبه و بشکه







# صنایع سرمايشه کارنو



## ساخت و تولید :

- انواع سردخانه های ثابت و متحرک ● اتاق یخچال ● کانکس
- کاروان ● اتاق های ایزوله ● انواع سازه های فلزی
- انواع موتورهای ترموکینگ و سر میلنگی زیر صفر و بالای صفر

| فارس . شیراز . شهرک صنعتی بزرگ . میدان کارگر . بلوار کارگر جنوبی |  
| ۰۹۱۷۷۱۲۶۴۴۱ | ۰۷۱-۳۷۷۴۴۰۹۱ |  
| WWW.CARNO-CO.IR | CARNO\_REFRIGERATION |







اليدمرغ

# دنيایي از طعم







بوتیک پروٹین سالیز  
SALIZ PROTEIN BOUTIQUE

📍 خیابان جہاد سازندگی،  
حدفاصل فلکہ گاز و چنچہ

☎ ۰۷۱۳۲۲۷۰۴۳۷

📞 +۹۸ ۹۰۱۸۷۱۶۲۰۰

📍 بلوار معالی آباد، حدفاصل خیابان دنا و پزشکان

☎ ۰۷۱۳۶۳۵۳۰۶۲



📷 saliz.official

لذت

یک

تجربہ

خاص!



صنایع بسته بندی و کارتن سازی

# نوین شیراز

**NOVINSHIRAZ**  
PACKAGING AND CARTON INDUSTRIES



تولید انواع:

- ▶ کارتن سه لایه ، پنج لایه ، هفت لایه
- ▶ کارتن های لمبیتی
- ▶ انواع جعبه

۰۹۹۲ ۲۵۲ ۸۳ ۶۸  

۱- شیراز . ابتدای سلطان آباد . کوچه ۷ خدا دوست

۲- شیراز . شهرک صنعتی بزرگ . بعد از فلکه دوم . فاز ۵ . پلاک ۵۲





# نگاهی کوتاه به تبلیغات صنایع غذایی

## از برند هایللی تا پفک لوسی

را به محصول هم علاقه‌مند کند؛ اما آیا می‌تواند انگیزه خرید را هم ایجاد کند و در نهایت آیا می‌تواند باعث شود که مخاطب عمل خرید را هم انجام دهد؟ شاید تیزر تبلیغاتی برند هایللی نتواند فرمول AIDA را به خوبی رعایت کند؛ اما به احتمال زیاد تیزر تبلیغاتی پفک لوسی از عهده این کار برمی‌آید.

از آنجا که مخاطب و مصرف‌کننده اصلی این محصول (پفک لوسی) کودکان و نوجوانان هستند، در ساخت این تیزر تبلیغاتی از انیمیشن (فرمت تصویری مورد علاقه کودکان و نوجوانان) استفاده شده است. فضای بصری تبلیغ هم روایتگر علاقه و اشتیاق شخصیت‌های انیمیشن به گربه‌ای به نام لوسی است. این گربه همان نماد و نشانه این محصول (پفک لوسی) است. علاوه بر این‌ها در ساخت این تیزر تبلیغاتی از ملودی زیبایی استفاده شده که برای کودکان و نوجوانان و حتی بزرگ‌ترها بسیار خوشایند است (شاهد این مدعا، استقبال گسترده کاربران فضای مجازی از این تیزر است؛ به گونه‌ای که این آگهی تبلیغاتی در سایت آپارات هزاران بار دیده شده است). بنابراین می‌توان گفت که ملودی و شخصیت‌های انیمیشن، مخاطب را برای خرید پفک لوسی ترغیب می‌کند و این ترغیب می‌تواند منجر به ایجاد انگیزه و در نهایت خرید شود. مجموع این عوامل باعث شده است بتوان تیزر تبلیغاتی پفک لوسی را نمونه‌ای موفق در پیروی از فرمول AIDA دانست. نکته پایانی این که در ساخت تبلیغات موثر، عوامل فراوانی دخیل اند و فرمول AIDA تنها راهبردی کلی برای ساخت تبلیغات ارائه می‌دهد. امیدواریم متصدیان امر تبلیغات و به‌ویژه تبلیغات صنایع غذایی این موارد و موارد مشابه را در نظر بگیرند و فضای تبلیغاتی حاکم بر رسانه‌های ایرانی به سمت حرفه‌ای‌تر شدن پیش رود.

منبع: وی فود

شاید شما هم ملودی تیزر تبلیغاتی برند هایللی را شنیده باشید: «با هایللی هایللی هایللی شام و نهار چه حالی». این ملودی تا مدت‌ها در ذهن مخاطب باقی می‌ماند و حتی یادآوری آن تا حدودی فضای بصری این آگهی تبلیغاتی را به ذهن متبادر می‌کند. با در نظر گرفتن این آگهی تبلیغاتی می‌توان به اهمیت موسیقی در ساخت تبلیغات پی برد. بسیاری از سازندگان تیزرهای تبلیغاتی نیز به اهمیت موسیقی و تاثیر مثبت آن بر ذهن مخاطب ایرانی واقفند. تاثیر گذاری موسیقی بر ذهن مخاطب ایرانی باعث شده که شرکت‌های تبلیغاتی برای معرفی محصولات غذایی گوناگون از موسیقی استفاده کنند و به این ترتیب صفحه توزیعون دما دم پخش‌کننده تصویر و آهنگ تیزرهای تبلیغاتی گوناگون شده است. اما آیا می‌توان از هر نوع موسیقی برای ساخت آگهی تبلیغاتی استفاده کرد؟ بهتر است پاسخ را با یک مثال شرح دهیم: مدتی پیش شاهد پخش یک آگهی تبلیغاتی بودیم که به معرفی یک نوع کنسرو ماهی می‌پرداخت. در این آگهی، مرد هنرمندی در خانه نشسته بود و با قوطی‌های کنسرو سرگرم بود. از رفتار مرد هنرمند با قوطی‌ها آشکار بود که به این نوع کنسرو علاقه زیادی دارد. او برای کنسرو مورد علاقه خود آهنگ و ترانه هم ساخته بود و آن را با صدای بلند می‌خواند؛ آهنگی الهام‌گرفته از یکی از خوانندگان محبوب و قدیمی. با خوانده شدن این ترانه توسط مرد هنرمند آگهی تبلیغاتی، هواداران آن خواننده قدیمی مات‌ومبهوت شدند؛ چرا که سازندگان این تیزر تبلیغاتی از ترانه یک خواننده قدیمی و محبوب برای تبلیغ و معرفی یک کنسرو ماهی استفاده کرده بودند! این کار از نظر هواداران آن خواننده قدیمی به‌مثابه توهینی آشکار به خواننده مورد علاقه‌شان بود و اثرات منفی این مساله به یک ضد تبلیغ بزرگ برای شرکت غذایی تولیدکننده کنسرو ماهی تبدیل شد. این تجربه و تجربه‌های مشابه نشان می‌دهد استفاده از هر نوع موسیقی و آهنگ برای ساخت تبلیغات، مناسب نیست؛ حتی در برخی موارد جنبه تخریبی گسترده‌ای دارد. پس چه نوع موسیقی و آهنگی برای ساخت تبلیغات مناسب است و اصولاً تبلیغ مناسب چه نوع تبلیغی است؟

متخصصان امر تبلیغات بر این عقیده‌اند که تبلیغ خوب، تبلیغی است که از فرمول AIDA پیروی می‌کند.

AIDA از حروف اول چهار کلمه انگلیسی Attention به معنی جلب توجه، Desire به معنی ایجاد علاقه، Action به معنی به‌فعالیت واداشتن و انگیزه و تشکيل شده است. حال می‌توان با این فرمول تیزرهای تبلیغاتی گوناگون را مورد ارزیابی قرار داد.

تیزر برند هایللی را دوباره به یاد آورید. این تیزر تبلیغاتی ملودی جالبی دارد و با پخش آن توجه مخاطب جلب می‌شود و ترانه‌ای که همراه با آن خوانده می‌شود تا مدت‌ها در ذهن مخاطب باقی می‌ماند. پس این تیزر در جلب توجه مخاطب موفق عمل می‌کند و شاید بتواند مخاطب





## راهنمای جامع بسته بندی محصولات صنایع غذایی

داشتن دانش نحوه بسته بندی ایده آل برای هر تولیدکننده امری ضروری است. در این نوشته راهنمای جامع بسته بندی محصولات صنایع غذایی در اختیار شما قرار داده می شود. بسته بندی نشان دهنده هویت شرکت، محصول و هدف شما به مشتری هایتان است. نه تنها باید در بسته بندی خود خلاقیت داشته باشید؛ بلکه باید مشتریان خود را نیز جذب و آن ها را برای خرید هیجان زده کنید؛ با این حال، وقتی نوبت به بسته بندی مواد غذایی می رسد، موارد دیگری نیز باید مورد توجه قرار گیرند. بسته بندی محصول شما باید جذاب باشد و مشتری را متقاعد کند تا محصول را انتخاب کند. باید به هر نوع ماده غذایی به طور جداگانه رسیدگی کنید. هر محصول دارای ماندگاری خاص خود، الزام های محافظت و مقررات لازم برای بسته بندی است. با در نظر گرفتن این موارد در می یابید که بسته بندی امری طولانی مدت است که نیاز به آینده نگری دقیق برای بالا بردن وفاداری مشتریان و افزایش فروش دارد.



نوشیدنی با محبوبیت زیادی روبه رو می شوند. حواستان به رقابتان باشد. آخرین فردی که از یک روش بسته بندی محبوب استفاده می کنید، نباشید. ماندن در بالای روند بازار، این بینش را درباره اینکه چه عناصر طراحی برای محصولات خاص استاندارد هستند، ارایه می دهد. اگر چه مطمئناً در طراحی بسته بندی ابتکار عمل بسیار مهم است، انحراف بیش از حد از هنجارهای کاملاً شناخته شده، می تواند مصرف کنندگان را سردرگم و آن ها را از محصول شما دور کند. در فرآیند طراحی بسته بندی، تمام تلاش خود را بکنید تا تعادل بین خلاق بودن و آشنا و نرمال بودن برقرار شود. برخی از بسته بندی های عالی را در صنعت خود بررسی کنید تا از آن ها الهام بگیرید. در هر مرحله از طراحی، با توجه به روش های استاندارد که برای بسته بندی استفاده می کنید، مواد بسته بندی و تاثیرات آن ها بر محیط زیست نیز مشخص می شود.



محصول شما نیز کمک می کنند.

### بودجه

شما نمی توانید تامین کننده بسته بندی خود را بدون توجه به بودجه در نظر بگیرید. بسته بندی قطعاً ارزان نیست. بسته بندی معمولاً حدود ۱۰ درصد از هزینه کل محصول شما را در بر خواهد داشت. هنگامی که هزینه های تولید، حمل و نقل و توزیع را اضافه می کنید، ممکن است هنگام بسته بندی محصول خود کمی با مشکل کمبود بودجه برخورد کنید. هزینه های کل تولید را در همان ابتدا محاسبه و سپس هزینه مواد و نیروی کار را اضافه کنید. اگر کسب و کار شما توان مالی برای طراحی بسته بندی ایده آل را ندارد، از این کار دست بکشید. بسته بندی مواد غذایی به طور مداوم در حال تحول و تغییر است؛ بنابراین در یک یا دو سال طرح قابل قبول شما می تواند قابل استفاده باشد.

### روندها

با توجه به این نکته که صنعت همیشه در حال تغییر است، روند بسته بندی می تواند نقش زیادی در طراحی محصول شما داشته باشد؛ به عنوان مثال، معمولاً بسته بندی های سازگار با محیط زیست در صنایع مختلف از جمله مواد غذایی و

### محصول خود را بشناسید

بدیهی است که شما محصولی را که می فروشید، می شناسید؛ اما آیا اطلاعات شما به اندازه کافی است؟ هر چه دانش شما در خصوص محصول بیشتر باشد، خروجی بسته بندی بهتر می شود. از خودتان بپرسید:

- آیا همه مواد تشکیل دهنده محصولات غذایی خود را می شناسم؟
- برای تازه نگه داشتن محصول به چه مواد نگه دارنده ای نیاز دارید؟
- آیا احتمال آلرژی زا بودن این ماده غذایی برای افراد وجود دارد؟

مواد آلرژی زا نه تنها در محصولات غذایی، بلکه در دیگر نقاط شرکت شما نیز اهمیت بسیاری دارد. فراوری که برای آجیل، لبنیات یا صدف استفاده می شود، باید بهترین تکنولوژی را داشته باشد تا آلودگی های احتمالی به حداقل برسد.

### محافظت از مواد غذایی

بسته بندی محصولات در صنایع غذایی خاص است؛ زیرا باید محتویات داخل بسته، حتی پس از ساعت های طولانی حمل و توزیع، تازه و ایمن برای مصرف باقی بماند. به همین دلیل، محصولات خاصی به انواع خاصی از مواد بسته بندی نیاز دارند که از آن ها در برابر درجه حرارت، دستکاری و غیره محافظت کند. مواد غذایی منجمد، مواد غذایی خشک و مواد غذایی قابل خراب شدن، برای حفظ طراوت و تازگی به انواع مختلفی از بسته بندی نیاز دارند؛ همچنین انتخاب یک ماده بسته بندی که در مقابل آلودگی مقاومت کند نیز مهم است. بخش مهم دیگری که از محصول شما محافظت می کند، اطمینان از این است که افراد درگیر در فرآیند بسته بندی، محصول را به اندازه شما می شناسند. بسته بندی اقلام مختلف مواد غذایی نیازهای متفاوتی دارند. مواد مختلف می توانند روی ظاهر کلی بسته بندی شما تاثیر بگذارند و با مواد خاص عملکرد بهتری داشته باشند. غذاهای تازه مانند گوشت و فرآورده های آن، برای جلوگیری از وجود هر گونه باکتری و مشاهده کیفیت آن ها نیاز به بسته بندی هایی دارند که داخل آن ها قابل مشاهده باشد. کار با یک متخصص بسته بندی می تواند به شما در انتخاب بهترین مواد برای محصولات خاص کمک کند. آن ها می دانند کدام ترکیب ها بهتر کار کرده و به ماندگاری

### هویت محصول و برندسازی

طراحی بسته بندی یک محصول باید نشانگر نام تجاری شرکت تولید کننده آن باشد و بسته بندی محصولات غذایی نیز از این قاعده مستثنا نیست. اطمینان حاصل کنید که بسته بندی انتخاب شده برای محصول غذایی شرکت شما برای مخاطبان جذاب است. طراحی بسته بندی شرکت شما نباید بیش از اندازه از هنجارهای شناخته شده جهانی منحرف شود؛ اما باید به برند شما کمک کند تا خود را از دیگران متمایز کنید. نحوه ارایه یک محصول می تواند عامل تعیین کننده خرید بین برند شما و محصولی دیگر باشد. نحوه طراحی بسته بندی مشتری را از بسیاری جهات تحت تاثیر قرار می دهد. چیزهای ریز مانند رنگ بخش هایی از بسته بندی یا اینکه بسته بندی قابل باز یافت است یا خیر، بر تصمیم خرید تاثیر می گذارد. بازار هدف محصولاتان را به خوبی مطالعه و خواسته ها یا نکات منفی را از دید مشتری تان بررسی و مشخص کنید. بسته بندی در صنایع غذایی دارای ملاحظات بسیار ویژه ای است که برای جلوگیری از خراب شدن محصولات قبل از رسیدن به مشتری، نیاز به آینده نگری دارد. با در نظر داشتن این عوامل و خلاقیت در طراحی می تواند در بازار هدف جلب توجه کنید و تاثیر مثبتی بر استراتژی فروش محصول خود داشته باشید.

منبع: تاپ پک



## طراحی بسته بندی یک روند جهانی نیست بلکه بازی ریاضی است

### تاثیر بسته بندی

نقش بسته بندی در ظاهر محصول را نمی توان نادیده گرفت. چاپ های رنگی، لیبیل زنی و طراحی باید ظاهر بیرونی بسته را از لحاظ تجاری بهبود بخشد.

با چنین رقابتی بر روی قفسه ها، بسته بندی محصول می تواند مهره تاثیر گذار مهم در تصمیم خرید باشد.

پروفسور John Stanto، استاد بازاریابی محصولات غذایی در دانشگاه سن خوزه، می گوید: «بسته بندی، چنانچه درست و صحیح باشد، می تواند یکی از تاثیر گذارترین راه ها برای خلق و تقویت کیفیت برند و آگاهی از حضور برند باشد. باید آن را به عنوان یک ابزار مارکتینگ به حساب آورد؛ نه فقط چیزی که از محصول محافظت می کند.» او می افزاید: «شما محصول را روی قفسه فروشگاه می بینید؛ شما بسته را هر زمان که درب یخچال را باز می کنید، می بینید؛ شما بسته را هنگام استفاده نیز می بینید. هنگامی که مصرف کننده به منزل دیگری می رود و بسته را روی یک میز در آنجا می بیند نیز تاثیر خود را خواهد گذاشت. تا هنگامی که به سطل آشغال برود، مدام در حکم یک یادآوری کننده عمل می کند؛ همانند پیام بازگانی که به مدت ۳۰ ثانیه از این گوش وارد و از دیگری خارج می شود.»

با اینکه مصرف کنندگان به خاطر خود محصول به خرید می روند، اما بسته بندی نقشی چنان حیاتی در تصمیم برای خرید دارد که عمده وقت تولید کنندگان و طراحان را برای ارتقای پیشانی یک

صحب و کامل می تواند شکل دیگری از راحتی را برای مصرف کننده فراهم کند و آن هم آسانی در باز کردن و استفاده مجدد محصولات است.

نتایج تحقیقی سالانه با نام Power of Meat از سوی North American Meat Institute انجام شد، نشان داد که خلاقیت در بسته بندی برای مصرف کننده جذاب است؛ به خصوص وقتی که آن ها روبه روی یخچال محصولات گوشتی ایستاده اند. هنگامی که صحبت از بسته بندی هایی می شود که به طور ویژه در بخش گوشت به کار برده می شوند، خصوصیات مهم چون ضدچکه، آماده فریزر، قابل سیل مجدد، دوستدار محیط زیست، از پیش اندازه گیری شده یا بسته بندی هایی که ضایعات غذایی را کاهش می دهند، برای مصرف کنندگان اولویت بیشتری پیدا می کنند.

۹۸ درصد از سوال شوندگان گفتند که بسیار یا تا حد زیادی علاقه مند به بسته بندی های ضدچکه هستند.

۷۶ درصد به بسته بندی های آماده فریزر علاقه مند بودند.

۷۲ درصد محصولاتی را دوست داشتند که در بسته بندی های قابل سیل بندی مجدد عرضه شده بودند.

علاوه بر مزیت های کاربردی برای خرده فروشان، فروش ممکن است تحت تاثیر آموزش خریداران درباره مزایای برخی از بسته بندی ها همچون برگ برنده کار کند.

همیشه به مردم گفته می شود که هیچ گاه از روی جلد یک کتاب راجع به محتویاتش قضاوت نکنید؛ اما متخصصان بسته بندی و تولید کنندگان و خرده فروشان هر گونه کالایی که درون لباس بسته بندی به فروش می رسد، از خریداران می خواهند که این گفته و سنت را نادیده بگیرند. بازرگانان امیدوارند که مصرف کنندگان نه تنها محصولاتشان را از روی بسته بندی شان قضاوت کنند، کاری می کنند که بسته بندی ها بتوانند عامل تأثیری مهم بر خریدار باشند؛ چرا که در تصمیم گیری ها نقشی اساسی دارند.

بسته بندی هدف های زیادی را برآورده می کند که بسیار دورتر از نقش اساسی آن، یعنی پوشش و دربرگیری محصول، هستند. در ابتدایی ترین نقش، بسته بندی وظیفه محافظت از یکپارچگی و صحت محصول را برعهده دارد. بسته بندی محصول را از عوامل بیرونی، آسیب های در حین حمل و لجستیک حفظ می کند؛ در محصولات غذایی، طول عمر را افزایش می دهد و غذا را ایمن از آلودگی ها و سایر نگرانی های مشابه نگه می دارد. بسته بندی می تواند اطلاعات ارزشمند محصول را در خصوص محتویات و اطلاعات غذایی و حتی دستور مصرف، به مصرف کننده منتقل کند.

علاوه بر این، بسته بندی می تواند راحتی را برای مصرف کننده به ارمغان بیاورد. مصرف کنندگان امروزی همیشه به دنبال آن هستند که به هر روشی زمان خرید را کم کنند یا اینکه محصول را در حال حرکت مصرف کنند. یک بسته بندی



• کنترل وزن و نیز اجسام احتمالی خارجی؛  
• رابطه با جریان پایین دستی و بالادستی تجهیزات شامل تسمه نقاله تغذیه، بازرسی تصویری، گذاشتن خودکار درون جعبه، دربندی جعبه، لیبل زنی جعبه، سیستم‌های حمل مواد اولیه، پالت‌بندی و لفاف پیچی پالت.  
Cem Yildirim، مدیر ار تقای تولید و بازاریابی شرکت، چنین می‌گوید: «هنگامی که در حال بررسی پروژه Tray sealing هستیم، این پرسش پیش می‌آید که آیا سینی‌های پر شده از محصول به بخش tray sealer وارد می‌شوند یا باید در یک خط بسته‌بندی اولیه پر شده باشند. اندازه و شکل سینی و این که چگونه حمل می‌شود نیز باید در نظر گرفته شود. حداکثر توان عملیاتی نیز محاسبه می‌شود؛ حتی جریان سینی‌ها به بخش سیلر و نیز تغذیه دستگاه.» این یک نمونه از محاسبات برای تولید تجهیزات برای بسته‌بندی بود.

### موانع و چالش‌ها

محدودیت فضا و بودجه، دو چالش اصلی در هنگام طراحی سیستم‌های بسته‌بندی هستند. Yildirim می‌گوید: «چیزی که بسیار مهم است، توجه به این نکته است که جریان محصول و بسته، همزمان با فضا و اپراتورهای خبره و ماهر و پرسنل متعهد باید در نظر گرفته شوند. در هنگام اتوماسیون خطوط بسته‌بندی اولیه و ثانویه، کیفیت مواد مصرفی از نکات مهم است. هزینه مواد برای خطوط خودکار ممکن است کمی بالاتر باشد. سایر چالش‌های بسته‌بندی می‌تواند از طرف محصولاتی باشد که بسته‌بندی می‌شوند. محصولات مختلف می‌توانند واکنش‌های متفاوتی به تاثیر و کیوم داشته باشند. هنگامی که فشار کاهش پیدا می‌کند، محصولات نرم‌تر می‌توانند بترکند یا پاشش کنند و باعث آلودگی فلنج‌های سیلر دستگاه شوند. دمای محصول و رطوبت محتویات نقشی مهم در واکنش به عملیات و کیوم دارند. عامل پنهان دیگر گرفتادن هوا درون محصول است. یک محصول با هوای درونش رابطه مستقیمی با توانایی و کیوم کامل یا اکسیژن باقی‌مانده درونش دارد. محصولات خشک نیز مشکلات خاص خود را دارند. پودرها و جامدات بسیار سبک می‌توانند با وزش باد در هوا جریان پیدا کنند؛ هنگامی که از یک بسته ترمو فرم یا سینی از پیش شکل گرفته تخلیه می‌شوند. تزییق گاز نیز می‌تواند پودرها و جامدات سبک را به هوا بلند کند. همه چیز باید در طراحی یک سیستم بسته‌بندی مورد ارزیابی قرار گیرد. مشاهده همان واقعیت است. بسته‌بندی خوب نشانگر یک محصول خوب است؛ اما بسته‌بندی فوق‌العاده به معنای یک محصول فوق‌العاده خواهد بود.

منبع: هنر بسته‌بندی

محصول جدید به خود اختصاص می‌دهد. بسیاری از تولیدکنندگان دوره‌های تحقیق دانشگاهی را به‌عنوان مشاور در حین مرحله ارتقای محصول می‌گذرانند. دانشگاه Clemson یکی از دانشگاه‌ها در آمریکا است که برنامه‌های طراحی بسته‌بندی و علم بسته‌بندی را تدوین می‌کند. مدرسه باصداها تولیدکننده آمریکایی بر روی برنامه‌هایی همچون مشاوره طراحی بسته‌بندی، آزمایش توزیع و سیستم‌های آنالیز کار می‌کند.

پروفیسور Andrew Hurley، در بخش دپارتمان غذایی و بسته‌بندی این دانشگاه چنین می‌گوید: «چیزی که ما از مطالعه بسته‌بندی، توجه مصرف‌کننده و رفتار او نسبت به بسته‌بندی می‌آموزیم این است که این یک روند جهانی نیست، بلکه یک بازی ریاضی است. هنگامی که شما استایل بسته‌بندی را طراحی می‌کنید که از سایرین در آن بخش متفاوت است و راهی پیدا می‌کنید که می‌توانید محصولات را متفاوت از سایرین تعریف کنید، آنگاه است که توانسته‌اید توجه‌ها را به خود جلب کنید.»

او می‌افزاید: «می‌خواهم بگویم که اغلب فروشگاه‌های خواربار فروشی نادیده و کشف نشده‌اند. دیده نشدن یعنی نفروختن. پس هر چه خود را بیشتر در بخش مربوط به خودتان متمایز کنید، موفقیت بیشتری خواهید داشت! این موفقیت در پایان مساوی با فروش خواهد بود. بسته‌بندی با مصرف‌کنندگان صحبت می‌کند. هنگامی که آن‌ها روی قفسه ایستاده‌اند و از میان گزینه‌های مختلف در حال انتخاب هستند، بسته شما می‌تواند فرق بین خریدن یا نخریدن را مشخص کند.»

### در جستجوی موفقیت

شرکت‌های بسته‌بندی، محصولاتی را که مشتریان می‌خرند و مصرف می‌کنند، ارتقا نمی‌دهند؛ بلکه آن‌ها نقشی مهم در فرآیند توزیع محصول دارند. از آنجایی که بسیاری از مصرف‌کنندگان بسته‌بندی را به‌عنوان بخش پایانی تولید می‌شناسند، سایرین نیز به زودی از مزیت‌های کار با تامین‌کنندگان تجهیزات بسته‌بندی مطلع خواهند شد.

MULTIVAC از شرکت‌های پیشرو در زمینه تولید دستگاه‌های بسته‌بندی است. این

شرکت برای پاسخگویی به نیازهای مشتریان، تمام جنبه‌های تولید را به دقت تحت نظر می‌گیرد تا بتواند بهترین ماشین را تولید کند. مواردی همچون تخمین طول عمر محصول، محافظت مکانیکی، جذابیت در بازار، بستن و باز کردن درب، هزینه‌ها و... از مواردی هستند که در بحث طراحی مورد نظر گرفته می‌شوند. برای داشتن سیستم بسته‌بندی جدید، شرکت به‌طور دقیق موضوعات زیر را دنبال می‌کند:

- محصول چگونه باید درون بسته پر شود؛
- نیازهای بسته‌بندی در حوزه مواد اولیه و سازگاری تجهیزات
- نیازهای کاربردی بسته؛
- الزام‌های لیبل زنی بالا و پایین بسته؛
- الزام‌های چاپ مستقیم برای درج اطلاعات؛



## همه چیز درباره بسته بندی های وکیوم اسکین



### مشخصه های VSP

فیلم های جدید و مواد اولیه سینی ها در حقیقت مانند یک قهرمان از محصول محافظت می کنند. فناوری فیلم که شامل گردهای مختلف وب های پایینی و بالایی است، انتخاب های زیادی را برای برند فراهم می کند. این دامنه و گستردگی فیلم ها در بر گیرنده راهکارهایی برای تمام کاربردهای عمومی است و سیستم های سیل مجزا مانند Skin-Peel، Burst-Peel و lower monowebs را امکان پذیر می کند.

برای گوشت های مرغوب مانند گاو میش، گوشت بره، استیک ها و غذاهای دریایی، وب بالایی باید حداکثر شفافیت و درجات بالایی از براقیت را برای انعکاس ارزش و تمایز محصول داشته باشد. علاوه بر این، وب های بالایی می توانند با مواد مقاوم در برابر سوراخ شدگی تولید شوند؛ به گونه ای که حتی محصولات تیز یا آن هایی را که با استخوان بسته بندی می شوند، بتوان به راحتی بسته بندی کرد. آن ها کشش و جمع شدگی کافی برای تطبیق با محصولاتی با برآمدگی زیاد یا شکل هایی که چندان متداول نیستند، دارند. فراتر از قابلیت عرضه محصول در شکل طبیعی خود، VSP می تواند طول عمر محصولات را در برخی موارد تا هفت روز اضافه کند که آن هم به دلیل نبود اکسیژن درون بسته است.

این فیلم ها کاملاً مطابق با کاربردهای خاص یک محصول (شکل، ارتفاع و سازگاری) به صورت سفارشی تولید می شوند؛ همین طور وب پایینی. آن ها را می توان برای ارتباط با مصرف کننده چاپ زد. وب های پایینی در رنگ ها، ضخامت ها و درجه های مختلف پارگی وجود دارند.

در حالی که بسته بندی وکیوم اسکین (VSP) در چند سال گذشته نیز در دسترس همگان بوده است، به نظر می رسد فناوری، شتاب آهنگ بیشتری را به عنوان بسته منتخب برای اغلب غذاهای عالی در اختیار آن قرار داده است. این جابه جایی به سمت پذیرش بیشتر به خاطر تولید و ارایه فیلم های جدیدتری هستند که می توانند خود را با محصولات در اندازه های مختلف، برآمدگی های بزرگ تر و لبه های تیز تر مطابقت دهند. با توانایی تلفیق اسکین پک و مقوا، گستره بزرگ تری از کاربردها و انتخاب ها برای VSP به وجود آمده است.

VSP جای پای خود را به عنوان یک بسته بندی بادوام و موفق چندین سال پیش در اروپا باز کرد؛ اما حتی در آنجا نیز مصرف کنندگان به زمان احتیاج داشتند تا این طراحی های جدید بسته بندی را بپذیرند. فیلم VSP محصول را مانند پوست دوم در بر می گیرد و آن را ایمن می سازد؛ آن هم بدون هرگونه تنش اضافی و بدون اینکه شکل محصول را تغییر دهد. فیلم بالایی و وب پایینی (فیلم سخت یا سینی) کاملاً با دیگری سیل می شود و محصول را در بر می گیرد. علت اینکه فناوری VSP روندی آهسته را برای جلب نظر عمومی در اروپا و آمریکا طی کرد، این بود که متفاوت به نظر می رسید. مصرف کنندگان عادت داشتند گوشت، ماکیان و ماهی تازه را با سیل بالایی و سینی دارای عمق ببینند. VSP با بسته بندی بیرونی تقریباً غیر قابل دیدن خواهد بود. فیلم بالایی به محکم روی محصول کشیده می شود؛ به گونه ای که تمام اتمسفر بسته از بین برود. این ظاهر ناپیدا متفاوت است و این تغییر می تواند علت توقف مصرف کنندگان باشد؛ به ویژه چنانچه هیچ پیامی از طرف فروشگاه یا برند مبنی بر اینکه بسته جدید چیست و مزیت های آن کدام است، وجود نداشته باشد.



- ویژگی های باز کردن و بستن مجدد؛
  - الزام های چاپ و لیبل زنی؛
  - تجهیزات مناسب بسته بندی؛
  - هزینه بسته؛
  - محصول چگونه خواهد بود یا چگونه باید بار گذاری و پر شود؛
  - واسطه ها با سایر تجهیزات در فرآیند تولید.
- یک تامین کننده ماهر می تواند پاسخ پرسش های بالا را جمع به محصول و کاربردهای آن را داشته باشد و بهترین بسته بندی را برای داشتن بهترین فروش با بودجه بندی مناسب پیشنهاد دهد. VSP گزینه ای مناسب برای بسته بندی محصولات مرغوب است؛ ظاهری جذاب دارد و از چکه کردن جلوگیری می کند؛ همچنین می تواند طول عمر را تا یک هفته بالاتر ببرد.

منبع: هنر بسته بندی

با حرکت از پلاستیک به مقوای با نفوذناپذیری کمتر، طول عمر پایین می آید و بسته به نوع محصول بسته بندی شده، زمان ازایه و ماندگاری آن در قفسه ها کاهش می یابد. این اغلب به معنای ضایعات بیشتر غذایی است. در واقع ارزیابی فواید زیست محیطی مقوا در مقابل پلاستیک، عملی متعادل کننده است. برای هر برند، مهم ترین چیز، درک و آگاهی از نقاط فروش و محرک های تشویقی گروه های هدف است.

### آغاز به کار

- برای انتخاب سیستم های بسته بندی، باید به مواردی از خود محصول نیز توجه کرد:
- میزان انتظار از طول عمر؛
- الزام های محافظت های مکانیکی؛
- مشخصه های بازاریابی؛
- مصرف کننده هدف؛

### مقوا در برابر پلاستیک

خلاقیت های جدید در بسته بندی های وکیوم اسکین، تنها به فیلم ها محدود نمی شود؛ برخی تولید کنندگان سینی های پلاستیکی را با مقوای پلی کوت (Poly-Coated) جایگزین کرده اند. VSP ها به خوبی سیل می کنند و در اینجا مقوانیز به خوبی پلاستیک ها عمل می کند.

مقوا انتخاب دیگری را نیز در اختیار برند می گذارد؛ آن هم قابلیت طراحی است که باید بتواند نیازهای گروه هدف را به خوبی برآورده کند. مقوا پیغامی بسیار قوی از پایداری را حمل می کند که برای خریداران، به ویژه میلینیال ها، که دنبال بسته های دوستدار محیط زیست هستند، پیام مثبتی می فرستد.

به کارگیری مقوا به عنوان وب پایینی یک ایراد نیز دارد؛ پتانسیل کم کردن طول عمر مواد غذایی.





## ارزش غذایی خشکبار و اثر آن‌ها بر سلامت انسان

مغزهای درختی، میوه‌های خشک و به‌طور معمول دارای یک یا دو بذر با پوسته سخت هستند که بیشتر مصرف آجیلی دارند و به‌صورت خام، بو داده و خشک مصرف می‌شوند. مغزهای درختی دارای خواص تغذیه‌ای مطلوب و سرشار از انرژی و مواد مغذی هستند. آجیل و مغزهای خوراکی مانند گردو، فندق و پسته نقش مهمی در تامین سلامتی بدن ایفا می‌کنند. از جمله ترکیب‌های مفید مغزها می‌توان به اسیدهای چرب غیر اشباع، پروتئین‌ها، املاح معدنی، ویتامین‌ها، آنتی‌اکسیدان‌ها و فیبرها اشاره کرد. این دانه‌های خوراکی سرشار از کلسیم و فسفر به ساخت استخوان‌ها و دندان‌ها کمک می‌کنند؛ در ضمن سرشار از منیزیم هستند که در ایجاد تعادل در عملکرد ماهیچه‌ها و اعصاب نقش مهمی دارند. مطالعات نشان می‌دهد مغزها از مهم‌ترین منابع سلنیوم هستند که برای تامین سلامت سیستم ایمنی بدن ضروری بوده؛ همچنین دارای خواص ضدسرطانی هستند. خشکبار به سبب داشتن عناصری مانند روی و آهن نقش مهمی در بهبود ایمنی و افزایش مقاومت بدن در برابر بیماری‌ها، بهبود، رشد و نمو و درمان کم‌خونی دارند و به سبب دارا بودن اسیدهای چرب ضروری و ویتامین E احتمال بروز بیماری‌های قلبی را کاهش داده و نقش مهمی در تنظیم کلسترول خون دارند. کلسیم نیز که یکی از مواد معدنی مهم برای استخوان‌های بدن است، در مغزها به میزان نسبتاً خوبی یافت می‌شود، همچنین وجود لینولئیک اسید در این دانه‌های خوراکی می‌تواند برای حفظ سلامت پوست و ایجاد تعادل هورمونی مفید باشد. آجیل‌ها دارای انرژی زیادی هستند؛ به طوری که تنقلات غذایی با ارزش محسوب می‌شوند. بررسی‌ها نشان می‌دهد مصرف روزانه مقدار کمی از خشکبار (به اندازه یک مشت کوچک) می‌تواند تامین‌کننده گستره وسیعی از ویتامین‌ها، مواد معدنی و فیبر غذایی برای بدن شود؛ به دلیل این‌که خشکبار می‌تواند بخش چشمگیری از یک رژیم غذایی کم‌چرب و پر فیبر باشد و در کاهش خطر ابتلا به برخی بیماری‌های قلبی عروقی و سرطان‌ها موثر واقع شود. در ادامه به برخی از مزایای خشکبار و مغزها پرداخته می‌شود.





### کاهش کلسترول بد و جلوگیری از بیماری‌های قلبی

پسته و دانه آفتابگردان نسبت به سایر مغزها حاوی فیتواسترول بیشتری هستند. فیتواسترول‌ها سبب کاهش میزان کلسترول بد خون می‌شوند؛ همچنین خطر ابتلا به سرطان‌ها را پایین می‌آورند. مطالعه‌ای که روی مردان و زنان بین ۱۸ تا ۸۱ سال و به منظور بررسی اثر پسته، بادام، گردو و فندق انجام شده است، نشان می‌دهد با مصرف روزانه ۳۰ تا ۱۰۰ گرم از خشکبار، کلسترول نوع بد بین ۹ تا ۳۱ درصد کاهش یافته است. مطالعه دیگری نشان می‌دهد مصرف حداقل ۳۰ گرم خشکبار به میزان چهار تا پنج بار در هفته، خطر ابتلا به بیماری‌های قلبی عروقی را بین ۱۸ تا ۵۱ درصد کاهش می‌دهد.

### تقویت سیستم ایمنی بدن

بر اساس تحقیقات؛ مغزهای پسته، بادام، گردو و فندق به وجود مقدار پر زیاد ویتامین E موجب تقویت ایمنی بدن می‌شوند.

### کمک به انعقاد خون

خشکبار منبع غنی ویتامین K هستند که این میزان در فندق، پسته و گردو به ترتیب ۱۴/۲، ۱۳/۲ و ۲/۴ میکروگرم در ۱۰۰ گرم مغز است. ویتامین K یک کوفاکتور اساسی برای تبدیل گلوتامیک اسید به گاماگلوبولین است که در موقع خون‌ریزی در انعقاد خون نقش اساسی دارد.

### تنظیم فشارخون

در پروتئین خشکبار، اسید آمینه آرژنین وجود دارد که پیش‌ساز اکسید نیتریک است. اکسید نیتریک عامل تنظیم فشارخون و جلوگیری از انسداد رگ‌هاست.

### کمک به ساخت انسولین، هموگلوبین و آنتی‌بادی

ویتامین B6 موجود در خشکبار به تولید ترکیباتی مانند انسولین، هموگلوبین و آنتی‌بادی‌ها کمک می‌کند.

### پیشگیری از پوکی استخوان

مطالعات نشان داده است که خشکباری مانند پسته، گردو، بادام و فندق با داشتن مقادیر زیادی کلسیم و فسفر ضمن تامین نیازهای بدن در استحکام استخوان‌ها و دندان‌ها، به خصوص در افرادی که شیر یا فرآورده‌های لبنی مصرف نمی‌کنند، نقش بسیار موثری دارند.

### جلوگیری از دیابت

خشکبار با رژیم افراد دیابتی همخوانی دارند و به دلیل داشتن کربوهیدرات کم، پروتئین و چربی‌های غیراشباع بیشتر، میان‌وعده‌های مناسبی برای این افراد هستند. بانوانی که در طول هفته یک اونس پسته یا چهار تا پنج قاشق کره پسته مصرف کنند ۲۰ تا ۳۰ درصد خطر ابتلا به بیماری دیابت نوع ۲ در آن‌ها کاسته می‌شود؛ همچنین مطالعات نشان داده است، بانوانی که به دیابت مبتلا هستند اگر هفته‌ای چهار تا پنج قاشق کره پسته بدون شکر بخورند، حدود ۱۶ درصد از رشد بیماری آن‌ها کاسته می‌شود.







## تغذیه در سالمندی

غذا در برنامه غذایی سالمندان از اهمیت زیادی برخوردار است. در افراد سالمند مصرف روزانه شش تا هشت لیوان مایعات، ترجیحاً آب، برای پیشگیری از یبوست و کم آبی بدن توصیه می‌شود؛ زیرا افراد مسن به‌رغم نیاز به مایعات، کمتر احساس تشنگی می‌کنند؛ به همین دلیل بیشتر مستعد کم آبی و یبوست هستند. با افزایش

دوران سالمندی از ۶۰ سالگی شروع می‌شود. توجه به تغذیه در این دوران به دلیل نیازهای تغذیه‌ای بدن از اهمیت بسزایی برخوردار است. نیاز سالمندان به مواد مغذی، متأثر از نوع داروهای مصرفی آنها، بیماری‌ها و پدیده‌های بیولوژیکی دوران سالمندی بوده و در افراد مختلف با یکدیگر متفاوت است. انتخاب نوع



باید از منابعی نظیر گوشت‌های کم چربی، مرغ، ماهی، سفیده تخم مرغ، فرآورده‌های لبنی بدون چربی یا کم چربی تامین شود. غلات و حبوبات نیز اگر با هم مصرف شوند، می‌توانند تمامی اسیدهای آمینه ضروری مورد نیاز بدن را تامین کنند و به عنوان یک منبع پروتئینی مناسب برای سالمندان محسوب شوند. مصرف چربی باید در رژیم غذایی سالمندان محدود شود. دریافت چربی نباید بیش از ۳۰ درصد کل انرژی دریافتی در روز باشد.

سهم چربی اشباع (شامل چربی پنهان در گوشت، انواع روغن جامد و کره) باید تا حداکثر ۱۰ درصد انرژی روزانه کنترل شود. با افزایش سن، مقدار توده چربی بدن سالمندان افزایش می‌یابد؛ در نتیجه احتمال چاقی و خطر ابتلا به بیماری‌هایی نظیر افزایش فشار خون، دیابت و بیماری‌های قلبی عروقی افزایش پیدا می‌کند؛ بنابراین میزان مصرف کلسترول در سالمندان باید کمتر از ۳۰۰ میلی گرم در روز باشد.

جذب کلسیم و ویتامین D نیز با افزایش سن کاهش می‌یابد؛ بنابراین نیاز به مصرف ویتامین D و منابع غنی کلسیم مانند شیر و لبنیات در افراد مسن بیشتر است. با افزایش سن، میزان تولید ویتامین D در پوست از طریق نور آفتاب کم می‌شود؛ پس مصرف جگر و روغن کبد ماهی برای تامین ویتامین D توصیه می‌شود. با بالا رفتن سن، میزان جذب ویتامین B12 نیز در بدن کاهش می‌یابد؛ بنابراین توصیه می‌شود سالمندان مقادیر مناسب ماهی، شیر، تخم مرغ و گوشت قرمز را به عنوان منابع ویتامین B12 مصرف کنند.

کمبود ویتامین B6 نیز در سالمندان شایع است که با مصرف گوشت، جگر، شیر، تخم مرغ، حبوبات و غلات کامل می‌توان نیاز بدن به این ویتامین را تامین کرد. معمولاً کم‌خونی و فقر آهن در سالمندان شیوع زیادی ندارد؛ اما در افرادی که دچار سوء تغذیه هستند، کمبود آهن شایع است. میزان نیاز زنان و مردان سالمند به آهن یکسان بوده و میزان توصیه شده روزانه به طور متوسط هفت میلی گرم است. زرده تخم مرغ، گوشت، ماهی، جگر، حبوبات و سبزی‌های برگ سبز مانند جعفری، گشنیز و برگ چغندر از منابع آهن هستند.

جذب روی در افراد مسن کاهش می‌یابد و مصرف داروهای نظیر مکمل آهن و کلسیم که در سالمندان شایع است، جذب روی را مختل کرده و منجر به کمبود روی در بدن می‌شود؛ به همین دلیل مصرف مکمل روی و مواد غذایی غنی از روی مانند جگر، گوشت، شیر، حبوبات و گندم تجویز می‌شود. از علایم کمبود روی می‌توان به کاهش حس چشایی و انواع درماتیت اشاره کرد. منیزیم از املاح موثر در استحکام و مقدار توده عضلانی است. کمبود این عنصر از مشکلات تغذیه‌ای سالمندی است. اسفناج، نخودسبز، سویا، ذرت و جگر از منابع غنی منیزیم هستند.

یکی از بهترین توصیه‌ها برای مقوی و مغذی کردن غذای سالمندان و افزایش میزان پروتئین در غذاها، اضافه کردن غلات جوانه زده به صورت تازه یا پودر غلات جوانه زده است. جوانه‌ها را می‌توان به انواع سالاد، سوپ‌ها، آش‌ها و ماست اضافه کرد. مصرف انواع مغزها (نظیر گردو، بادام و پسته) به عنوان میان وعده سالمندان توصیه می‌شود. مصرف تخم مرغ آب‌پز در وعده صبحانه برای سالمندان بسیار مفید است. اگر سالمندان سالم باشند، مصرف چهار تا پنج تخم مرغ در هفته و اگر مبتلا به بیماری‌های قلبی و کلسترول بالا باشند سه عدد تخم مرغ در هفته مفید است. تشخیص به موقع سوء تغذیه در سالمندان بسیار مهم و شایع است. برای شناسایی این عارضه، وزن سالمندان باید مرتب کنترل شود. هر کاهش وزنی می‌تواند علامت سوء تغذیه باشد. با تشخیص به موقع این بیماری می‌توان با مداخلات تغذیه‌ای زود هنگام از بدتر شدن وضعیت فرد سالمند جلوگیری کرد. لاغر شدن یکی از مشکلات اصلی سالمندان است. مطالعات نشان داده است که کاهش وزن، حتی اگر به صورت خودخواسته باشد، احتمال شکستگی لگن را افزایش می‌دهد. افت کارایی، خستگی، کم‌وزنی، ضعف عضلانی و عفونت نیز در سالمندانی که دچار کم‌وزنی هستند و شاخص توده بدنی آن‌ها کمتر از ۲۱ است، مشاهده می‌شود. کاهش وزن سالمندان می‌تواند بر اثر بی‌اشتهایی، تحلیل توده عضلانی، کم‌آبی و... ایجاد شود.

اضافه وزن نیز در بسیاری از سالمندان مشاهده می‌شود. این افراد باید مصرف چربی و کربوهیدرات‌هایی نظیر قند و شکر، نان، برنج و سیب‌زمینی را کاهش دهند و انواع غذاها از گروه‌های غذایی مختلف و به میزان متعادل را جایگزین کنند. در صورتی که افزایش وزن بر اثر احتباس آب در بدن باشد، کاهش مصرف نمک توصیه می‌شود.

**گردآوری:** سارا هدایتی | **اعضوهیات علمی مرکز تحقیقات تغذیه**



سن، نیاز به انرژی کاهش می‌یابد؛ به همین دلیل نیاز متابولیسمی بدن به انرژی کمتر از سایر گروه‌های سنی است. افراد مسن فعالیت بدنی کمتری دارند؛ در نتیجه نیازمند غذای کمتری برای ثابت نگه داشتن وزنشان هستند. برای محدود کردن دریافت انرژی توصیه می‌شود سالمندان مصرف مواد غذایی شیرین و پرچرب را کاهش دهند و مواد غذایی کم چرب و کم کلسترول (مانند شیر و لبنیات کم چرب، کاهش مصرف روغن، کره، خامه و...)، کم‌نمک و پرفیبر مصرف کنند. پروتئین مورد نیاز سالمندان

# بررسی کشور ترکیه





### معرفی کشور ترکیه

ترکیه یکی از پیوندگاه‌های دو قاره آسیا و اروپا و کشوری اوراسیایی است. قسمت بزرگ آناتولی (آسیای کوچک) در جنوب غرب آسیا و خاورمیانه و بخش کوچک ترکیه در منطقه بالکان واقع شده است. پایتخت این کشور، آنکارا و دارای وسعت ۷۸۳,۵۶۲ کیلومتر مربع با جمعیتی بالغ بر ۸۲ میلیون نفر است. ۹۹,۸٪ مردم این کشور مسلمان و ۲٪ باقی مانده مسیحی و یهودی هستند. مردم ترکیه به دین اسلام معتقدند؛ اما حکومت آن‌ها لائیک است. زبان رسمی ترکیه، ترکی و واحد پول آن، لیر است. از شهرهای مهم این کشور استانبول، ازمیر، آدانا، ارزروم، وان، آنتالیا، قونیه، بوسا و اورفا است که در تور ترکیه می‌توان به آن‌ها سفر کرد. بیشتر شهرهای آن دارای پارک‌های ملی و شهری سطح بالا هستند و همانند کشورهای غربی، هر شهر بزرگ در ترکیه دارای ناحیه تجاری است. ترکیه دارای شش همسایه آسیایی و دو همسایه اروپایی است که عبارت‌اند از: جمهوری آذربایجان، ارمنستان، ایران، گرجستان، عراق و سوریه (همسایه‌های آسیایی) و بلغارستان و یونان (همسایه‌های اروپایی). همچنین ترکیه از شمال با دریای سیاه، از شرق با دو دریای کوچک مرمره و اژه و از جنوب شرق با دریای مدیترانه مرز آبی دارد. علاوه بر این، دارای دو تنگه سفر و دار داتل است.



## اقتصاد ترکیه

اقتصاد ترکیه ترکیبی از صنایع بومی و نوین است که روز به روز بر دامنه‌اش افزوده می‌شود. تولیدات فراوان کشاورزی ترکیه در ۲۰۰۵ رتبه هفتم جهان را به دست آورد و در ۲۰۰۶ برای ۱۱۰۲٪ از مردم ترکیه اشتغال ایجاد کرد. بخش خصوصی اقتصاد ترکیه نیز قوی و به سرعت در حال رشد است و نقش مهمی در بانکداری، حمل و نقل و ارتباطات دارد. در سال‌های اخیر، اقتصاد ترکیه رشد خوبی داشته و رشد ۸،۹٪ و ۷،۴٪ را در سال‌های ۲۰۰۴ و ۲۰۰۵ به دست آورده است. تولید ناخالص داخلی ترکیه (برابری قدرت خرید) در رده سیزدهم جهان قرار دارد و این کشور نوزدهمین تولید ناخالص داخلی بزرگ جهان را در اختیار دارد. ترکیه همچنین از اعضای مؤسس سازمان همکاری و توسعه اقتصادی و گروه ۲۰ است. این کشور گسترش و امکانات بسیاری هم در صنعت خودروسازی دارد؛ به طوری که بیش از ۱،۳ میلیون وسیله نقلیه در سال ۲۰۱۵ تولید کرده و به عنوان چهاردهمین سازنده بزرگ اتومبیل جهان در رتبه‌بندی جای گرفته است. ترکیه در ۲۰۱۹ نخستین خودروی ملی خود را ساخت که توسط پنینفارینا طراحی شد و رجب طیب اردوغان آن را نشانه‌ای از توسعه کشور دانست. این کشور در کشتی‌سازی پیشرفته است و محصولات آن به کشورهای اروپایی نیز صادر می‌شود. با توجه به تلاش دولت برای برابر کردن سیاست‌های اقتصادی، ترکیه دارای کارخانه‌ها و شرکت‌های خصوصی بزرگ و مشهور جهانی است. بسیاری از کارخانه‌های این کشور توانسته‌اند بخش‌های بزرگی از بازار اروپا را در اختیار بگیرند. برندهای ترکیه‌ای مانند بکو و وستل از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان لوازم الکترونیکی مصرفی و لوازم خانگی در اروپا به‌شمار می‌روند و هزینه بالایی را برای تحقیق و توسعه در فناوری‌های جدید مرتبط با محصولات خود، سرمایه‌گذاری می‌کنند.

دیگر بخش‌های مهم اقتصاد ترکیه عبارت‌اند از: بانکداری، ساخت و ساز، لوازم خانگی، الکترونیک، پوشاک و منسوجات، محصولات پتروشیمی، مواد غذایی، گردشگری، صنعت ماشین‌آلات و مواد غذایی. صنایع ترکیه مدرن و گسترده شده و توانسته‌اند علاوه بر کشورهای اروپایی، بسیاری از کشورهای منطقه خاورمیانه را هدف صادرات قرار دهند؛ به نحوی که در کنار کشورهای اروپایی، مثل آلمان، کشورهای

از خاورمیانه، از جمله ایران و عراق، واردات بسیار بالایی از ترکیه داشته‌اند. گفته می‌شود که پتانسیل اقتصادی استانبول، یکی از شش رتبه اول در جهان است. اتاق بازرگانی استانبول ۳۰ درصد از کل شرکت‌های تجاری ترکیه و بزرگ‌ترین اتاق بازرگانی جهان است. این اتاق یکی از قدرتمندترین قطب‌های تجاری جهان است. این شهر، مرکز تجارت ترکیه به حساب می‌آید و ۳۵ درصد خدمات شغلی کشور بر دوش آن است. خبرگزاری دولتی ترکیه در گزارشی به بررسی وضعیت اقتصاد این کشور در ۲۰۱۹ پرداخت. با توجه به بحران ارزی و باقی ماندن نرخ تورم، نرخ رشد اقتصادی ترکیه نتوانست به سطوح بالای دو سال قبل بازگردد؛ اما سرانجام پس از ۱/۵ سال رشد منفی یا صفر درصد اقتصاد ترکیه سرانجام در سه ماهه سوم امسال موفق شد با رشد ۰/۹ درصدی از رکود خارج شود. در نیمه نخست ۲۰۱۹ صادرات ترکیه با ۱/۸ درصد افزایش نسبت به مدت مشابه سال قبل خود به ۸۸/۲ میلیارد دلار رسید که رکورد جدیدی برای این کشور محسوب می‌شود. در دوازده ماه منتهی به نوامبر نیز ترکیه ۱۶۵/۵ میلیارد دلار صادرات به دیگر کشورها داشت. در حوزه نرخ تورم نیز پس از تورم ۲۵ درصدی اکتبر ۲۰۱۸ که بالاترین سطح پانزده سال اخیر محسوب می‌شود، نرخ تورم روندی نزولی به خود گرفته است؛ تا جایی که تورم اکتبر امسال به ۸/۵۵ درصد رسید؛ وضعیتی که در طول سه سال اخیر بی‌سابقه بود. ترکیه در حوزه گردشگری نیز عملکرد موفقی داشت؛ به گونه‌ای که این کشور با جذب ۳۶/۴ میلیون گردشگر، ۲۶/۶ میلیارد دلار درآمد در حوزه گردشگری کسب کرد. دولت ترکیه امسال از سند افاق ۲۰۲۳ با هدف رسیدن تولیدات ناخالص داخلی به بالای یک تریلیون دلار رونمایی کرد. امسال روند کاهشی ارزش لیر ادامه داشت و پس از ثبت متوسط نرخ برابری ۵/۱۸ لیر در برابر دلار در سال قبل، این نرخ امسال به ۵/۹ لیر افزایش پیدا کرده است؛ هر چند لیر در حال حاضر موقعیت بهتری نسبت به تابستان دارد. ترکیه همچنین امسال برای نخستین بار موفق شد به جمع کشورهای شاخص توسعه انسانی بسیار بالا وارد شود. این کشور در بین ۱۸۹ کشور جهان، پنجاه‌ونهمین کشور از نظر توسعه انسانی از سوی دفتر برنامه توسعه سازمان ملل معرفی شده است.

## صنعت و تولیدات داخلی؛ نفت ترکیه

ترکیه با وجود فاصله کمی که از ایران دارد، چاه‌ها و زمین‌هایش از نفت خالی است. همین مساله باعث شده صنعت و تولید داخلی این کشور اقتصاد آن را بچرخانند. عمده هزینه‌های این کشور از تولیدات ناخالص داخلی تامین می‌شود؛ به عنوان مثال، درب‌های چوبی یا مبلمان، بخش‌هایی از این مساله است. طبق پیش‌بینی دولت ترکیه تا ۲۰۲۰ تولید ناخالص این کشور به دو تریلیون دلار می‌رسد. این مساله تا جایی پیش می‌رود که اقتصاددانان پیش‌بینی می‌کنند ترکیه قدرتمندتر شده و یکی از بهترین کشورهای جهان می‌شود. با توجه به بنادر تجاری قوی، ترکیه می‌تواند گزینه‌ای مناسب برای سرمایه‌گذاری در زمینه تجاری باشد. بیشترین سهم تولید این کشور مربوط به بخش نساجی و تولید پوشاک است. پس از آن، صنایع پالایش نفت، فولاد، ذوب آهن، شیمیایی، صنایع غذایی، خودروسازی و ماشین‌سازی سهم عمده تامین درآمد این کشور را به دوش می‌کشند.

## خودروسازی؛ یکی از صنایع مهم اقتصاد ترکیه



سوم)، پیاز و زیتون (رتبه چهارم)، چغندر قند (رتبه پنجم)، تنباکو، سیب و چای (رتبه ششم) جهان را به خود اختصاص داده است. کشاورزی این کشور از تکنولوژی روز جهانی بهره گرفته است؛ به همین دلیل می توان گفت که به سادگی و با تغییر شرایط جوی، اوضاع این کشور از این نظر تغییر نمی کند. در ادامه کشاورزی نباید اهمیت دامپروری و رشد آن در اقتصاد ترکیه را از قلم انداخت. در واقع این کشور رتبه سوم جهان در زمینه صادرات شیلات و آبزیان را به خود اختصاص داده است. ۸۰ درصد حجم محصولات شیلات این کشور به اروپا صادر می شود؛ علاوه بر این، در دیگر تولیدات نیز این کشور آمار خوبی دارد؛ به عنوان مثال، در ۲۰۱۶ و در سه ماهه نخست ۲۰۱۷، این کشور ۲۷۰ هزار تن تولید گوشت قرمز داشته است.



### چکیده آمار تجارت خارجی ترکیه

کشور ترکیه در ۲۰۱۸ حدود ۱۶۸ میلیارد دلار کالا به کشورهای مختلف جهان صادر کرده که نسبت به سال قبل از آن حدود ۷ درصد افزایش داشته است. ترکیه حدود ۵۷ درصد از کالاهای صادراتی خود را به کشورهای اروپایی و مابقی آن را بیشتر به کشورهای آسیایی صادر کرده است. این کشور یکی از مهم ترین کشورهای صادرکننده پوشاک و محصولات صنعتی در خاورمیانه و منطقه به شمار می رود. در بحث واردات، کشورهای آسیایی سهم فراوانی از کالاهای وارداتی ترکیه دارند؛ البته بازهم برخی کشورهای اروپایی نظیر آلمان، میزان فراوانی کالا به ترکیه صادر می کنند. ایران نیز سهمی بیش از ۳ درصد از تامین نیازهای وارداتی ترکیه دارد.

### صادرات

مجموع صادرات کشور ترکیه در سال ۲۰۱۷، ۱۶۶ میلیارد دلار بود که همین امر این کشور را به بیست و هفتمین صادرکننده بزرگ جهان تبدیل کرد. بیشترین کالای صادراتی ترکیه به ترتیب شامل منسوجات، حمل و نقل، ماشین آلات، فلزات، فلزات گران بها، پلاستیک و لاستیک، مواد معدنی، محصولات گیاهی، مواد غذایی، مواد شیمیایی، متفرقه، سنگ و شیشه، کالای کاغذی، محصولات حیوانی، سازه ها، چربی ها و روغن های نباتی، کفش و کلاه، پوست حیوانات، محصولات چوبی و اسلحه است. بیشترین حجم صادرات کشور ترکیه در ۲۰۱۸ به ترتیب به کشورهای آلمان (۹،۶۱ درصد)، انگلیس

بخش خودروسازی ترکیه در منطقه «مرمه» متمرکز شده است. این صنعت به خوبی در سال های اخیر رشد کرده است؛ تا جایی که در ۲۰۱۷ رتبه هفدهم تولیدکنندگان خودروی سواری جهان را به خود اختصاص داده است. این رتبه تنها دو عدد با کشوری مانند انگلستان فاصله دارد. مهم ترین تولیدات کارخانه های این کشور فور اتوسان، فیات توفاش، توپوتا ترکیه و هیوندایی آسان هستند که اغلب به اروپا صادر می شوند.

### اهمیت ساخت و ساز در ترکیه

با وجود خانه های بسیار زیادی که در سطح این کشور مشاهده می شد، رشد مهاجرت به ترکیه و البته رشد جمعیت خودش، منجر می شود که ساخت و ساز به بخشی از نیاز روزمره کشور برای ساخت آینده ای بهتر تبدیل شود. معماری ترکیه را می توان همگام با معماری جهانی دانست. خانه های این کشور همپای جهان در حال زیباتر و پیشرفته شدن هستند. شاید بد نباشد که به زمینه ساخت و ساز برای سرمایه گذاری در این کشور فکر کنید. برای اینکه دید بهتری داشته باشید، بهتر است بدانید که این صنعت یکی از فعال ترین پیمانکاران جهان است. در ۲۰۰۷ این شرکت در فهرست بهترین مهندسی های عمران جهان پس از آمریکا و چین در جایگاه سوم قرار گرفت.

### گردشگری؛ بخشی جدانشدنی از اقتصاد ترکیه

گسترده شدن ارتباطات جهانی در هر چه بد عمل کرده باشد، در کمک به گردشگری خوب عمل کرده است. در واقع هر مقصد گردشگری خوب به واسطه مسافرش تبلیغ می شود. یک گردشگر با صرف ورودش پول جهانی را وارد بازار و چرخه اقتصادی کشور میزبان می کند. همین مساله از گردشگری یک صنعت ساخته است. ترکیه توانسته است در این زمینه گام های بلند و بزرگی بردارد؛ از آنتالیا که مقصد تابستانی جذابی است گرفته، تا میلیون ها جاذبه تاریخی دیگر. علاوه بر این، امکانات فراهم شده برای توریست ها مثل هتل یا رستوران های متنوع جهانی یا آزادی پوششی که مردم می توانند داشته باشند، جمعیت بسیار زیادی را به این کشور سرازیر کرده است. گردشگری ترکیه می تواند به یکی از زمینه های خوب برای سرمایه گذاری بدل شود. این کشور سالیانه پذیرای ۴۰ میلیون نفر گردشگر از سرتاسر جهان است و دولت نیز در این راستا هیچ سرمایه گذاری و حمایتی کوتاهی نمی کند.

### کشاورزی و دامپروری در ترکیه

ترکیه آب و هوایی معتدل و طبیعی زیبا و باورنکردنی دارد. پس چندان دور از انتظار نیست که کشاورزی یکی از قطب های اقتصادی این کشور باشد؛ زیرا ترکیه یکی از بهترین مناطق آسیا برای این مساله است. صادرات فرآورده های کشاورزی بخش مهمی از اقتصاد ترکیه است. ترکیه طبق آمار سال ۲۰۰۵ در زمینه تولید محصولات کشاورزی در رتبه هفتم جهان قرار گرفته است. با اینکه ایران سال های اخیر درگیر خشک سالی بوده، ترکیه همچنان بارش کافی برای محصولات خود داشته است. تولید اول جهانی میوه هایی مانند فندق، زردآلو، انار، گیلاس و انجیر در دست این کشور است. علاوه بر این، ترکیه در زمینه تولید نخود (رتبه دوم)، خیار، سیب زمینی، بادمجان، فلفل سبز، عدس و پسته (رتبه

### روابط اقتصادی ایران و ترکیه

روابط اقتصادی دو کشور به دلیل همسایگی، عضویت هر دو کشور در سازمان همکاری‌های منطقه‌ای اکو و همچنین سازمان دی ۸ می‌تواند بسیار فراتر از حال حاضر شود. رهبران دو کشور هدف خود را توسعه روابط اقتصادی به ۳۰ میلیارد دلار در سال قرار داده‌اند. مهم‌ترین وجه روابط استراتژیک ایران و ترکیه، ثبات در حوزه انرژی است. بنیان آن در دوره مرحوم اربکان گذاشته و بر مبنای آن خطوط لوله نفت و گاز از ایران به ترکیه احداث شد. جمهوری اسلامی ایران هم اکنون یکی از مهم‌ترین تامین‌کنندگان گاز طبیعی و نیز نفت خام ترکیه است؛ هرچند میزان خرید نفت خام ترکیه از ایران با وضع تحریم‌های ناعادلانه و یک‌جانبه آمریکا علیه ایران کاهش یافته است. از ۲۰۰۲ در روابط اقتصادی بین ایران و ترکیه ظرفیت‌های زیادی برای همکاری بیشتر ایجاد شد. ترکیه تنها کشور در بین همسایگان کشورمان است که با ما قرارداد تجارت ترجیحی به امضا رسانده است. بیست‌وهفتمین اجلاس کمیسیون مشترک اقتصادی ایران و ترکیه با حضور رییس‌جمهور هر دو کشور در شهریور ۱۳۹۸ در ترکیه برگزار شد.

### تجارت دوجانبه

ارزش تجارت کالایی ایران با کشور ترکیه در فصل نخست ۲۰۲۰ حدود ۶۴۵ میلیون دلار بوده که نسبت به فصل نخست ۲۰۱۹، کاهش حدود ۷۰ درصدی را تجربه کرده است. از این میزان تجارت، حدود ۲۷۰ میلیون دلار مربوط به صادرات ایران به ترکیه و حدود ۳۷۶ میلیون دلار مربوط به واردات ایران از ترکیه بوده که هر دو نسبت به مدت مشابه سال قبل خود کاهش داشته‌اند. تراز تجاری ایران و ترکیه در فصل نخست ۲۰۲۰ به شدت کاهش یافته که علت اصلی آن کاهش ۹۹ درصدی صادرات کالاهای ذیل فصل ۲۷ (کالاهای نفتی ایران به کشور ترکیه) بوده است. ترکیه پس از چین و امارات، بزرگ‌ترین صادرکننده کالا به ایران است. در سال‌های اخیر کشور ما توانسته است صادرات کالاهای بسیاری را به ترکیه افزایش دهد. ترکیه را می‌توان بازار هدفی سودآور برای ایران دانست. اخذ تخفیف‌های گمرکی کشور ترکیه یکی از دلایل رشد و افزایش صادرات به این کشور است. بخش مهم این تخفیف‌ها در زمینه محصولات کشاورزی بوده است؛ همچنین نفت و گاز، مهم‌ترین کالاهای صادراتی به ترکیه هستند.

میزان صادرات محصولات کشاورزی به این کشور نیز در وضعیت مطلوبی قرار دارد. محصولات پتروشیمی، پلیمری، سیمان، پسته، خرما، کشمش، هندوانه و آب‌میوه، مواد غذایی، گاز طبیعی مایع‌شده، آلومینیوم به صورت کار نشده و محصولات نیمه‌تمام از آهن یا فولاد، عمده کالاهای صادراتی پرسود به ترکیه است.

### کالاهای پرسود ایرانی برای صادرات به ترکیه

کالاهای پرمزیت ایرانی در صادرات به ترکیه عبارت‌اند از: پتروشیمی، پلیمری، سیمان، پسته، خرما، کشمش، هندوانه و آب‌میوه، مواد غذایی، گاز طبیعی مایع‌شده، کاتد و قطعات کاتد از مس تصفیه‌شده، آهن و فولاد غیرممزوج، آلومینیوم به صورت کار نشده، گرید نساجی پلی‌پروپیلن، پلی‌اتیلن گرید بادی، اترهای مونو بوتیلیک اتیلن گلیکول یا دی‌اتیلن گلیکول، محصولات نیمه‌تمام از آهن یا فولاد، ربوی متانول و غیره.

### لیست کالاهای صادراتی به ترکیه از ایران

(۶۱،۶ درصد)، ایتالیا (۵۵،۶۹ درصد)، عراق (۴۹،۹۷ درصد)، آمریکا (۴۹،۹۵ درصد)، اسپانیا (۴۵،۵۹ درصد) و فرانسه (۴۳،۳۴ درصد) و برخی کشورهای دیگر صورت گرفته است.

### واردات

در ۲۰۱۸ ترکیه بیشترین میزان نیازهای وارداتی خود را به ترتیب از کشورهای روسیه (۹،۸۶ درصد)، چین (۹،۲۹ درصد)، آلمان (۹،۱۵ درصد)، آمریکا (۵،۵۵ درصد)، ایتالیا (۴،۵۵ درصد)، هندوستان (۳،۳۸ درصد)، فرانسه (۳،۳۲ درصد) و ایران (۳،۱۱ درصد) و سایر کشورهای دیگر تامین کرده است. در ۲۰۱۸ کشور ترکیه بالغ بر ۲۲۳ میلیارد دلار کالا از سراسر جهان وارد کرده که بخشی از آن از کشورهای اروپایی و بخشی دیگر از کشورهای آسیایی و آمریکای شمالی بوده است.

### منابع طبیعی

• زغال سنگ، طلا، سنگ آهن، مصالح ساختمانی، مس، سرب، نفت خام، گاز طبیعی، اورانیوم کروی، تبورات، روی، فلدسپات، مرمیت، باریت، بنتولیت، کائولین و مگنیت.

### روابط ایران و ترکیه

روابط ایران و ترکیه به‌عنوان دو کشور مهم منطقه در طول قرن‌ها و ادوار تداوم داشته است؛ به‌طوری‌که امپراتوری‌های ایران و ترکیه هر دو در طول سالیان طولانی به‌عنوان قدرت‌هایی جهانی از تباط نزدیک با یکدیگر داشته‌اند. با وجود افت و خیز در روابط متقابل، طرفین به نقش تاریخی خود در حفظ و ارتقای روابط واقفند و هرگز منافع گسترده و فراوان میان دو طرف قربانی منافع کوتاه‌مدت و مقطعی نشده است. مرزهای دو کشور که در حال حاضر از آن به‌عنوان مرزهای دوستی یاد می‌شود، بعد از قرارداد قصر شیرین بین ایران و امپراتوری عثمانی بیش از ۴۰۰ سال تغییر نیافته است. روابط حسن همجواری بین ایران و ترکیه در ۱۳۴۲ موجب لغو روایید بین دو کشور شد و لغو روایید دو طرف بعد از انقلاب اسلامی ایران نیز ادامه یافت. این مساله موجب شده است که در سال‌های اخیر ترکیه یکی از عمده‌ترین مقصدها برای گردشگران ایرانی شود. ایران و ترکیه تنها دو کشور همسایه نیستند؛ دو کشور مسلمان که دارای اشتراک‌های فرهنگی و تاریخی بسیاری هستند نیز می‌باشند. زبان فارسی در امپراتوری عثمانی زبان فرهنگی دربار عثمانی بود و بسیاری از پادشاهان عثمانی اشعاری به زبان فارسی سروده‌اند.

### پیشینه روابط فرهنگی ایران و ترکیه

ایرانیان از دوران هخامنشیان که به آسیای صغیر آمدند، با هیتیت‌ها (قوم اولیه ترکان) روابط اجتماعی و فرهنگی داشته‌اند. در دوران سلجوقیان حدود سه قرن با ترکان روابط اجتماعی و فرهنگی داشته‌اند که منجر به حضور و اشاعه زبان، فرهنگ و ادب پارسی شد. در دوران عثمانی نیز خط و زبان فارسی در دربار امپراتوری عثمانی و نیز در میان ادیبان تحت عنوان «ادبیات دیوانی» در بیشتر بلاد سه‌قاره جهان رواج یافت. این مشترکات عمدتاً از دوران حکومت سلجوقیان بزرگ در دو خطه وسیع ایران و آسیای صغیر اشاعه یافت. در دوره عثمانی نیز، جز مقطع زمانی محدود، روابط عاطفی و فرهنگی و سیاسی و اجتماعی مردم این دو دیار گسترش یافت. امروزه بیش از ۹۸/۵٪ مردم دو کشور مسلمانند. احترام ویژه مردم ترکیه به پنج‌تن آل‌عبا و حضور حدود پانزده میلیون نفر علوی و شیعه در ترکیه، مشترکات گسترده زبانی و قومی و ادبیات و شخصیت‌های مورد احترام، عضویت موثر هر دو کشور در اکو، گروه دی ۸، کنفرانس اسلامی و... از نشانه‌های بارز گستردگی مشترکات دو کشورند.



کالایی ایران به ترکیه و منفی شدن تراز تجاری ایران با ترکیه طی فصل نخست ۲۰۲۰ بوده است. تنوع اقلام صادراتی ترکیه به ایران بیش از تنوع اقلام صادراتی ایران به ترکیه است. صادرات ترکیه برخلاف ایران از کالاهای با ارزش افزوده بالاتر و حتی کالاهای سرمایه‌ای تشکیل شده است.

### اقلام عمده صادراتی از ترکیه به جهان

نیرومحرکه، ماشین‌آلات، آهن و فولاد، لوازم الکتریکی و الکترونیکی، پوشاک بافتنی، سنگ‌ها و فلزات گران‌بها، مواد سوختنی، قطعات آهنی و فولادی، پوشاک غیر بافتنی، پلاستیک و مشتقات آن.

### اقلام عمده وارداتی از جهان به ترکیه

انواع سوخت، ماشین‌آلات، آهن و فولاد، لوازم الکتریکی و الکترونیکی، نیرومحرکه، سنگ‌ها و فلزات گران‌بها، پلاستیک و مشتقات آن، مواد شیمیایی و ارگانیک، لوازم چشم‌پزشکی و بصری، تجهیزات مخصوص سنجش و اندازه‌گیری، دارو و محصولات جانبی.

### شرکای عمده وارداتی

روسیه، چین، آلمان، ایتالیا، آمریکا، ایران، سوییس، فرانسه، اسپانیا، هند، انگلستان، کره جنوبی، امارات عربی متحده و اوکراین.

### شرکای عمده صادراتی

آلمان، عراق، انگلستان، روسیه، ایتالیا، فرانسه، آمریکا، امارات، اسپانیا و ایران.

محصولات فوق، کالاهای مختلف دیگری نیز از طرف تجار و بازرگانان کشورمان به ترکیه صادر می‌شود. بیشترین میزان کالاها در سال ۹۸ به ترتیب از گمرکات تبریز، زنجان، منطقه ویژه پتروشیمی بندر امام خمینی، اراک، بندر امام خمینی، بازرگان و سایر گمرکات دیگر صورت گرفته است.

### لیست کالاهای وارداتی از ترکیه به ایران

ده قلم عمده وارداتی ایران از ترکیه سهمی بالغ بر ۴۲ درصد از ارزش واردات ایران از این کشور را به خود اختصاص داده‌اند که این سهم نسبت به مدت مشابه سال قبل کاهش یافته است. این اقلام به ترتیب ارزش در فصل نخست ۲۰۲۰ عبارت‌اند از:

- دیگ‌های بخار آب گرم، ماشین‌آلات و وسایل مکانیکی، اجزا و قطعات آن؛
  - الیاف سنتتیک غیر یکسره؛
  - مواد و مصنوعات پلاستیکی؛
  - توتون و تنباکو؛
  - ماشین‌آلات و تجهیزات برقی، اجزا و قطعات آن؛
  - کاغذ و مقوا، اشیای ساخته‌شده از خمیر کاغذ و مقوا؛
  - چوب، به صورت طبیعی یا ضایعات آن؛
  - وسایل نقلیه غیر از نواقل روی خط آهن یا تراموای اجزا و قطعات آن؛
  - کاکائو و فرآورده‌های آن؛
  - روغن‌های اسانسی و شبه‌رزین‌ها، محصولات عطرسازی یا پاکیزگی.
- کاهش میزان ارزش صادرات اقلام نفتی ایران به ترکیه یکی از عوامل مهم افت حجم صادرات

بررسی و مشاهده لیست کالاهای صادراتی ایران به ترکیه نشان می‌دهد که برخی از اقلام خاص به صورت میانگین و در بیشتر سال‌ها در میان آن دیده می‌شود. مهم‌ترین این اقلام را می‌توان نفت و سوخت‌های فسیلی دانست؛ با این حال، اقلام مهم دیگری نیز در میان آن‌ها وجود دارد. لیست زیر برگرفته از داده‌های سازمان تجارت جهانی بوده که مهم‌ترین اقلام صادراتی ایران به ترکیه را به ترتیب و به ارزش دلاری نشان می‌دهد:

نفت، سوخت‌های فسیلی، آلومینیوم، آهن و فولاد، انواع نخ، شیشه و محصولات شیشه‌ای، فلزی روی، انواع کود، مس، مواد شیمیایی آلی و محصولات پلاستیکی. آمارهای فوق بیشتر بر اساس داده‌های جهانی است؛ این در حالی است که بررسی آمارهای گمرک جمهوری اسلامی ایران نیز داده‌های جالبی از آمار صادرات به ترکیه ارائه می‌دهد. ایران چهار گمرک مهم در مرز با ترکیه دارد که شامل گمرک بازرگان، گمرک خوی، گمرک سرو و گمرک رازی است. تجار و صادرکنندگان می‌توانند از طریق یکی از این گمرکات که همگی در استان آذربایجان غربی قرار دارند، با ترکیه دادوستد داشته باشند؛ اما آمارهای گمرک جمهوری اسلامی ایران نشان می‌دهد که در سال‌های ۹۷ و ۹۸ مهم‌ترین اقلام صادراتی به ترکیه از ایران به قرار زیر بوده است:

خرما، لوله و پروفیل، انگور، سیب‌زمینی، کیوی، گل کلم، هندوانه و سایر محصولات، پلی‌اتیلن و پلی‌استیرن، اوره، انواع سنگ‌های ساختمانی، انواع محصولات خوراکی و فرآورده‌های کشاورزی، لوازم خانگی و آشپزخانه، ورقه‌های آهنی و آلومینیومی و ظروف شیشه‌ای. علاوه بر

شاخص‌های اقتصادی در ۲۰۱۸

شاخص‌های اقتصادی در ۲۰۱۸	شاخص‌های اقتصادی در ۲۰۱۸	شاخص‌های اقتصادی در ۲۰۱۸	شاخص‌های اقتصادی در ۲۰۱۸
صادرات (میلیارد دلار)	۱۶۸	ذخیره ارزی و طلا (میلیارد دلار)	۱۰۷/۷
واردات (میلیارد دلار)	۲۲۳	بودجه جاری (میلیارد لیر ترکیه)	۶۳/۷
حجم کل تجارت	۳۹۱	مازاد بودجه (از نرخ تولید ناخالصی داخلی)	-۱۰۶
تولید ناخالص (براساس قیمت جاری به میلیارد دلار)	۷۸۴	نرخ رشد تولیدات صنعتی	۰/۹
درصد رشد تولید ناخالص داخلی	۲/۶	درآمد جهانگردی	۲۵/۲
سرانه تولید ناخالص داخلی	۹۶۳۲	بدهی خارجی	۴۲۹
درصد نرخ تورم	۱۱/۱	عضویت در سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای BSEC-EU-ECO-DA-WTO-G۲۰ OIC-COMCEC-EUROPE- EURASIA-MIDDLE-EAST AND NORTH AFRICA-ASIA PACIFIC	
درصد نرخ بیکاری	۱۱	تراز پرداخت‌های حساب جاری (میلیارد دلار)	-۲۱
درآمد سرانه	۱۰۳۸۰	مدت زمان راه‌اندازی یک کسب‌وکار (براساس روز)	۷

موازنه		صادرات		واردات		مبادلات بازرگانی با جهان (میلیارد دلار)
۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۷	
-۵۵	-۷۶	۱۶۸	۱۵۷	۲۲۳	۲۳۳	
یازده ماهه ۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	صادرات غیرنفتی ایران (میلیون دلار)
۲۱۷۳	۳۹۹۱	۳۲۴۷	۳۶۳۶	۱۹۷۶	۱۶۴۹	
۲۲۶۱	۳۱۹۳	۲۷۳۸	۲۹۸۸	۳۹۱۶	۳۶۲۷	واردات ایران (میلیارد دلار)
-۸۸	۷۹۸	۴۶۴	۶۴۸	-۱۹۴۰	-۱۹۷۸	تراز بازرگانی (میلیون دلار)

### معرفی موافقتنامه‌های زیرساخت تجاری موجود میان دو کشور

ردیف	عنوان	سال	ردیف	عنوان	سال
۱	موافقتنامه تشویق و حمایت متقابل از سرمایه‌گذاری بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری ترکیه	۸۰/۱۰/۴	۵	موافقتنامه بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری ترکیه به منظور اجتناب از اخذ مالیات مضاعف و جلوگیری از فرار مالی درباره مالیات‌های بر درآمد و سرمایه	۸۲/۱۰/۲۳
۲	موافقتنامه تجارت ترجیحی	۹۳/۳/۱۸	۶	موافقتنامه تشویق و حمایت متقابل از سرمایه‌گذاری بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری ترکیه	۸۰/۱۰/۴
۳	موافقتنامه اصلاح موافقتنامه حمل و نقل بین‌المللی جاده‌ای بین جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری ترکیه	۷۵/۶/۱	۷	موافقتنامه همکاری و کمک‌های متقابل درباره موضوع‌های گمرکی بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری ترکیه	۸۲/۱۰/۲۳
۴	موافقتنامه حمل و نقل هوایی بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری ترکیه	۶۳/۱۰/۲۳	۸	موافقتنامه اصلاح موافقتنامه حمل و نقل بین‌المللی جاده‌ای بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری ترکیه	۷۵/۶/۲۱

اتاق مشترک بازرگانی ایران و ترکیه آدرس: تهران، بزرگراه اشرفی اصفهانی، بین اتوبان حکیم و همت برج زمرد، پلاک ۱۵، طبقه هفتم، واحد ۷۷ تلفن: ۰۲۱۴۰۴۴۲۵۱۸ فکس: ۰۲۱۴۰۴۴۲۴۷۵ ایمیل: Info@iranturkeyjcc.com وبسایت: www.iranturkeyjcc.com	اتحادیه اتاق‌ها و انجمن‌های ترکیه تلفن: ۰۰۹۰۳۱۲۲۱۸۲۰۰۰ فکس: ۰۰۹۰۳۱۲۲۱۹۴۰۹۰۰۳ ایمیل: info@tobb.org.tr وبسایت: www.tobb.org.tr
سفارت ایران در ترکیه تلفن: ۰۰۹۰۳۱۲۵۱۳۸۲۳۰۰۳ ایمیل: iranconsulate.ist@mfa.gov.ir وبسایت: www.istanbul.mfa.ir	دفتر سرمایه‌گذاری سازمان ریاست جمهوری ترکیه تلفن: ۰۰۹۰۳۱۲۴۱۳۸۹۰۰ فکس: ۰۰۹۰۳۱۲۴۱۳۸۹۰۱ وبسایت: www.invest.gov.tr
رایزن بازرگانی جمهوری اسلامی ایران در ترکیه تلفن: ۰۰۹۰۳۱۲۴۶۶۱۷۰۵ فکس: ۰۰۹۰۳۱۲۴۶۸۰۵۷۳۰ ایمیل: turkey@tpo.ir وبسایت: www.turkey.tpo.ir	کمیسیون حقوقی اتاق مشترک بازرگانی ایران و ترکیه رییس: دکتر هریسی دبیر: سرکار خانم توکل نیا تلفن: ۰۲۱۴۰۴۴۲۳۹۰ فکس: ۰۲۱۴۰۴۴۲۳۹۰ ایمیل: Law@iranturkeyjcc.com
کمیسیون روابط اقتصادی خارجی تلفن: ۰۰۹۰۳۱۲۳۳۹۵۰۰۰ فکس: ۰۰۹۰۳۱۲۲۷۰۳۰۹۲ ایمیل: info@deik.org.tr وبسایت: www.deik.org.tr	کمیسیون استارت‌آپی اتاق مشترک بازرگانی ایران و ترکیه رییس: دکتر علی زواشکیانی دبیر: مهندس محمدرضا بحرینیان تلفن: ۰۲۱۴۰۴۴۲۳۹۰ فکس: ۰۲۱۴۰۴۴۲۳۹۰ ایمیل: startup@iranturkeyjcc.com



# ایجاد کارخانه‌های صنایع غذایی راهکار مهم توسعه بخش کشاورزی (کاهش ضایعات، افزایش ارزش افزوده)

کاهش ضایعات و افزایش ارزش افزوده محصولات تولیدی بر داشته شود. محصولات کشاورزی در کمترین زمان در معرض فساد قرار می‌گیرند؛ به همین دلیل حتی اگر در فرآیند تولید، بهترین و باکیفیت‌ترین محصول تولید شود، در صورتی که در شرایط نامناسب قرار گیرد، با افت کیفیت روبه‌رو شده و منجر به تبدیل محصول به محصولات ضایعاتی می‌شود؛ بنابراین با ایجاد شرایط بهینه مانند بسته‌بندی مناسب و انتقال محصول به سردخانه یا فرآوری آن می‌توان از ایجاد ضایعات به‌نحو چشمگیر جلوگیری کرد. با توجه به اینکه طبق گزارش‌های ارایه‌شده میزان ضایعات تولیدشده در بخش کشاورزی قابل توجه است، اهمیت توسعه و احداث واحدهای صنایع تکمیلی بیش از پیش نمایان می‌شود. با عنایت به مطالب فوق می‌توان گفت که صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی، مهم‌ترین رکن زنجیره ارزش است. بهترین و مناسب‌ترین

استان فارس طی سال‌های گذشته در خصوص تولید محصولات کشاورزی همواره دارای رتبه‌های برتر در بین سایر استان‌های کشور بوده است. طبق آمار ارایه‌شده، میزان تولید محصولات زراعی، باغی، دام و طیور و شیلات بیش از یازده میلیون تن بوده که از این نظر استان فارس در جایگاه دوم در سطح کشور قرار دارد. افزایش محصولات کشاورزی نسبت به سال قبل از آن ۸/۱ درصد افزایش داشته است. با توجه به مطلب فوق، استان فارس نقش اساسی در تامین امنیت غذایی تولید و اشتغال دارد؛ همچنین سهم عمده‌ای از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده است. همان‌طور که می‌دانید، تولید محصولات کشاورزی علاوه بر صرف هزینه‌های زیاد، منابع پایه آبی و خاکی را نیز مصرف می‌کند. در راستای دستیابی به توسعه پایدار و جلوگیری از هدررفت سرمایه‌های غیرقابل تجدید، بایستی گام‌های مناسبی در جهت





مزیت نسبی؛

- جلوگیری از تعطیل شدن واحدهای تولیدی با تخصیص تسهیلات ابلاغی؛
- تلاش و پیگیری برای ابلاغ تسهیلات مورد نیاز در جهت ایجاد واحدهای صنایع غذایی جدید؛
- استفاده حداکثری از امکانات موجود و توان کارشناسان مدیریت صنایع تبدیلی و غذایی و همچنین مسوولان و کارشناسان صنایع شهرستان‌های تابعه برای ارایه مشاوره‌های لازم به متقاضیان سرمایه‌گذاری و صاحبان صنایع موجود؛
- شناسایی واحدهای مشکل دار و دسته‌بندی آن‌ها و طرح مشکلات در کارگروه ستاد تسهیل و رفع موانع تولید در حداقل زمان ممکن؛
- حمایت از ایجاد واحدهای صنایع غذایی متناسب با اولویت‌های سرمایه‌گذاری استان با توجه به مزیت نسبی آن‌ها و برنامه آمایش سرزمین از جمله کارخانه‌های صناعی که می‌توان در استان احداث کرد؛ شامل تصفیه و بسته‌بندی کشمش، فراوری سبزیجات، تولید سبزیجات به روش IQF، فرانچ‌فرایز سیب‌زمینی، فراوری و بسته‌بندی گیاهان دارویی، تولید غذاهای آماده، تولید اسانس و عصاره‌های گیاهی، فراوری انجیر، تولید انواع نوشیدنی‌ها و....

گردآوری: لیلا حقیقت

معاون مدیریت صنایع تبدیلی و غذایی سازمان جهاد کشاورزی استان فارس

راهکارها برای کاهش ضرر و زیان به تولید محصولات کشاورزی، ایجاد ظرفیت‌های جدید در این بخش است. نکته قابل تامل این است که رسالت دست‌اندرکاران، علاوه بر موارد عنوان شده، توسعه پایدار بخش کشاورزی است. یکی از مهم‌ترین راهبردهایی که نه تنها در فارس، بلکه در همه کشور می‌تواند موجب افزایش ارزش افزوده بخش کشاورزی شده و راه توسعه بخش راهموارتر کند، احداث کارخانه‌های صنایع غذایی است. آنچه مسلم است توسعه صنعت غذا علاوه بر رونق اشتغال، مانع مهاجرت بی‌رویه روستاییان، امکان دسترسی و ورود محصول به بازار در زمان مناسب، کاهش آسیب‌پذیری محصولات، افزایش ارزش افزوده محصولات و توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی می‌شود. با توجه به مطالب عنوان شده و وجود مزیت‌های بالقوه استان، لازم است بیش از پیش به صنعت غذا متناسب با تولیدات کشاورزی در استان توجه کرد و این خود می‌رساند که شاخه‌های صنایع غذایی مرتبط از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. سازمان جهاد کشاورزی فارس برنامه‌های زیر را در اولویت کاری خود قرار داده است:

- تحقق برنامه هدف گذاری شده با توجه به برنامه ششم ابلاغی و صدور پروانه‌های بهره برداری با توجه به برنامه مذکور؛
- صدور جواز بهسازی و نوسازی برای واحدهای صنعتی که خطوط تولید قدیمی یا فرسوده دارند؛
- استفاده حداکثری از ظرفیت‌های تولید و حمایت از زنجیره‌های تولید دارای





# بررسی شهرستان پاسارگاد



## مقدمه

پاسارگاد یکی از شهرستان های شمالی استان فارس با آب و هوای معتدل رو به سرد است که در میان رشته کوه های زاگرس (با ارتفاع حدود ۱۷۰۰ متر از سطح دریا) و با مرکزیت سعادت شهر قرار دارد. پاسارگاد از سمت شمال به شهرستان خرمبید، غرب به اقلید، جنوب به مرودشت و از شرق به بوانات و ارسنجان مشرف است. شغل بیشتر ساکنان این شهرستان، مرتبط با بخش کشاورزی است. گرچه چالش آب، طی سال های اخیر تولیدات بخش کشاورزی را تحت الشعاع قرار داده، همواره این منطقه جزو مناطق شاخص در تولید محصولات کشاورزی است.

تولیدی در شهرستان روزانه ۶۵ تن است.

## منابع آب

در شهرستان پاسارگاد حدود ۱۴۰۰ چاه کشاورزی، ۴۲۰ رشته قنات و یک رودخانه به نام سیوند، منابع تامین آب بخش کشاورزی است. طی خشکسالی های اخیر، بیشتر قنات شهرستان با کاهش شدید آبدهی مواجه شده اند و فقط تعداد انگشت شماری دارای مقداری آب هستند. رودخانه سیوند فاقد آب است و بخشی از چاه های کشاورزی کاملا خشک و اراضی تحت شرب آن ها از گردونه تولید خارج شده است؛ به طوری که از ۲۳۰۰ هکتار اراضی زراعی و باغی، سطحی معادل هفت هزار هکتار بدون کشت مانده اند و تولیدی ندارند. انجام آبیاری تحت فشار در مزارع و توسعه محیط های گلخانه ای در راستای افزایش بهره وری آب، گام های موثری بوده؛ اما چالش کمبود آب عرصه را بر بهره برداران تنگ کرده است.

## توانمندی های شهرستان در حوزه تولید محصولات خام کشاورزی با قابلیت تبدیل به محصولات غذایی

- تولید گیاهان دارویی؛
- تولید گندم، جو، برنج، خیار سبز، گوجه فرنگی، سیر، هویج، کلم، پیاز، فلفل، کزنا، لوبیا قرمز و چیتی؛
- تولید محصولات باغی نظیر انگور، بادام، گردو و تبدیل و فراوری انگور به آب میوه و کشمش.

## توانمندی های موجود شهرستان در حوزه صنایع غذایی

**پروانه های بهره برداری صادر شده:** تعداد پروانه های صادر شده از سوی جهاد کشاورزی شهرستان پاسارگاد ۴۱ واحد است.

- **واحدهای تولیدی فعال:** تعداد ۲۱ واحد فعال با میزان تولید سالانه ۱۷۵ هزار تن و ۲۱۰ نفر اشتغال دائمی و ۱۲۴۰ نفر موقت؛
- ۱۶ واحد شورریجات و ترشیجات؛
- یک واحد خوراک دام آماده؛
- یک واحد بسته بندی بذر؛
- دو واحد شالیکوبی و پوست گیری برنج؛
- یک واحد سردخانه مواد غذایی.

**واحدهای تولیدی نیمه فعال:** دو واحد با زمینه فعالیت تولید شورریجات و ترشیجات، با میزان تولید شش هزار تن و اشتغال شانزده نفر که فعلا با ظرفیت هزار تن

## تولیدات زراعی و باغی

پاسارگاد دارای هزار هکتار باغ انگور، گردو، انار و... است که هر سال حدود ده هزار تن تولیدات باغی روانه بازار می کند. سطح زیر کشت محصولات زراعی شانزده هزار هکتار شامل گندم، جو، ذرت، یونجه، چغندر قند، گوجه فرنگی، خیار سبز، حبوبات و... است؛ در ضمن هر سال بخشی از تولیدات صیفی، به ویژه گوجه فرنگی، کلم و تولیدات صنایع تبدیلی به کشورهای خارجی صادر می شود.

## تولیدات دامی

بخش دام شهرستان پاسارگاد از اهمیت ویژه ای برخوردار است. در حال حاضر ۲۱۰ هزار راس دام و هفت هزار راس دام سنگین در شهرستان وجود دارد. حدود ۹۰ واحد تولیدی صنعتی در حوزه دام و طیور در شهرستان فعال هستند و میزان شیر

### تنگناها، کمبودها و مشکلات موجود در حوزه صنایع غذایی

#### شهرستان

- تسهیل در روند تغییر کاربری و امور اراضی؛
- افزایش شدید قیمت اجناس، به ویژه شیشه، حلب، لیبل، قوطی و درب قوطی که نیازمند تزریق تسهیلات کم بهره به چرخه صنایع تبدیلی است؛
- کمک در جهت اخذ مجوز توسعه شهرک صنعتی با توجه به پرشدن قسمت صنایع غذایی و تبدیلی (جواب منفی توسط اداره میراث فرهنگی)؛
- افزایش قیمت ها و نیاز به سرمایه گذاری بسیار بالا به منظور راه اندازی واحدهای لبنی؛
- کمبود آب در بخش کشاورزی و همچنین صنایع تبدیلی؛
- بهره بانکی بالا در تسهیلات اعطایی به سرمایه گذاران؛
- نابسامانی بازار فروش محصولات کشاورزی؛
- هزینه تولید بسیار بالا در بخش کشاورزی؛
- هزینه تمام شده بسیار بالا در ساخت گلخانه ها.

### چشم انداز، اهداف و مأموریت عوامل مدیریتی در شهرستان

#### برای توسعه صنایع غذایی در شهرستان

#### اهداف:

- توسعه صنایع وابسته نظیر شیشه سازی، حلب سازی، کارتن سازی، تولید درب شیشه و قوطی و فرآورده های انگور و گیاهان دارویی، تولید اسانس و خشک کن گیاهان دارویی؛
- تخصیص تسهیلات مدت دار کم بهره جهت راه اندازی و توسعه واحدهای نیمه فعال و راکد شهرستان؛
- رفع مشکلات بانکی واحدهای راکد شهرستان.

### ارتقای وضعیت بسته بندی محصولات در جهت توسعه

#### روزافزون صادرات

#### چشم انداز:

- تبدیل شهرستان به قطب صنایع غذایی و تبدیلی؛ به ویژه شورجیات و ترشیجات در سطح استان؛
- صادرات بیش از ۶۰ درصد محصولات صنایع تبدیلی شهرستان به خارج از کشور.

واشغال هشت نفر نیمه فعال است.

**واحدهای تولیدی راکد:** یک واحد بسته بندی بذر که به دلیل مشکلات بانکی راکد است؛ دو واحد شورجیات و ترشیجات که یک واحد به دلیل معوقات بانکی و یک واحد به دلیل کمبود آب راکد است.

### وضعیت بازار واحدهای صنایع غذایی شهرستان

**داخلی:** تولیدات واحدهای صنایع غذایی شهرستان در استان های همجوار توزیع می شود.

**خارجی (صادراتی):** طی سنوات گذشته، بخشی از صنایع تبدیلی، به ویژه رب گوجه فرنگی و خیار شور، به خارج از کشور صادر می شد که در طول دو سال گذشته وضعیت صادرات محصولات رشد مناسبی داشته است و حدود ۵۰٪ تولیدات به کشورهای خارجی، به ویژه کشورهای همسایه و حوزه خلیج فارس، صادر شده است.

### اولویت و زمینه های سرمایه گذاری در حوزه صنایع غذایی

#### شهرستان (قابلیت های شهرستان برای توسعه صنایع غذایی)

- احداث کارخانه بسته بندی و بوجاری بذر گندم و جو و تولید بذر گواهی شده با توجه به پتانسیل شهرستان در زمینه تولید بذر مرغوب گندم و جو؛
- احداث واحدهای بسته بندی و خشک کردن گیاهان دارویی و تولید اسانس و عرقیات؛
- راه اندازی یک واحد بسته بندی عسل؛
- احداث واحد لبنیات و فرآورده های لبنی؛
- راه اندازی یک واحد تولید کنسرو قارچ؛
- بسته بندی حبوبات و خشکبار و توسعه صنایع غذایی و تبدیلی؛ به خصوص شورجیات و ترشیجات؛
- تولید محصولات زراعی و باغی در محیط های گلخانه ای؛
- فراوری انگور؛
- تولید خوراکی دام؛
- تولید میوه خشک؛
- بسته بندی گوشت و فرآورده های گوشتی؛
- صنایع بسته بندی؛
- سردخانه؛
- تولید چرم.





## اخبار جهانی



# افزایش قیمت جهانی مواد غذایی در بحبوحه همه‌گیری کرونا

و مناسب افزایش هزینه‌ها به مشتریان پیدا کند». البته اثرات این افزایش قیمت بلافاصله برای مصرف‌کنندگان آشکار نخواهد شد. خرده‌فروشان در ابتدا به جای تغییر برچسب قیمت‌ها، تخفیف‌های ویژه و تخفیف‌های خرید عمده را کاهش خواهند داد یا حتی حذف خواهند کرد. بر اساس مطالعات شرکت تحقیقات بازار نیلسون، در سال گذشته میلادی تخفیف‌های روی اقلام غذایی و خواربار در آمریکا نسبت به سال قبل از آن حدود ۲۰ درصد کاهش یافته که این مساله تا اندازه زیادی ناشی از مشکلات زنجیره‌های تامین و افزایش هزینه‌ها بوده است؛ اما در اقتصادهای نوظهور که فراوری کمتری روی مواد غذایی انجام می‌شود و مردم معمولاً مواد غذایی را به شکلی نزدیک‌تر به شکل اولیه آن‌ها مصرف می‌کنند، افزایش قیمت جهانی مواد غذایی همین حالا هم برای مصرف‌کنندگان کاملاً محسوس است. این فشارها باعث شده است برخی اقتصادهای نوظهور، از جمله روسیه و آرژانتین، برای مهار روند رو به رشد قیمت‌ها اقدام به تعیین سقف قیمت و افزایش تعرفه‌های صادراتی برای برخی مواد غذایی کنند. در برخی کشورهای ثروتمندتر، دولت‌ها به جای کنترل قیمت مواد غذایی، بر خود کفایی تمرکز کرده‌اند؛ مثلاً فرانسه قصد دارد در راستای کاهش وابستگی خود به واردات دانه سویا، کشت محصولات دارای پروتئین بالا را در داخل کشور افزایش دهد. دولت سنگاپور نیز به منظور افزایش ظرفیت تولید مواد غذایی در داخل این کشور، مجوز فروش گوشت تولیدشده در آزمایشگاه را صادر کرده است تا سنگاپور به اولین کشوری تبدیل شود که رسماً فروش گوشت آزمایشگاهی را مجاز اعلام می‌کند. برخی دیگر از کشورهای نیز چشم به سیاست‌های انبساطی گسترده دوخته‌اند. هفته گذشته جروم پاول، رییس فدرال رزرو، در جلسه استماع کمیته خدمات مالی مجلس نمایندگان آمریکا اعلام کرد که رشد عدم امنیت غذایی یکی از پیامدهای نامطلوب همه‌گیری کرونا، به ویژه در مناطق فقیرتر آمریکا، بوده و برای به حرکت درآوردن اقتصاد نیاز به محرک‌های اقتصادی بیشتر احساس می‌شود. رییس فدرال رزرو خطاب به اعضای کمیته مجلس نمایندگان آمریکا تصریح کرد: «من فکر می‌کنم که همه‌ما از افزایش قیمت‌ها در حوزه مواد غذایی ضربه خورده‌ایم. این یک نشانه برای اثبات ضرورت حمایت اقتصادی است و ما واقعاً نیاز داریم که اقتصاد در کوتاه‌ترین زمان بهبود یابد.»

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران  
اسفند ۱۳۹۹

تعداد افراد دچار عدم امنیت غذایی در آمریکا نسبت به سال ۲۰۱۸ افزایش ۳۵ درصدی نشان می‌دهد. بنا بر اعلام شرکت تحقیقات بازار نیلسون، قیمت مواد غذایی در دوره دوازده ماهه منتهی به دوم ژانویه (۱۳ دی) نسبت به دوره قبلی تقریباً ۳۶ درصد افزایش یافته است که این رقم نزدیک به دو برابر نرخ تورم کلی در آمریکا است. به گفته وزارت کشاورزی آمریکا، فقیرترین قشر جامعه آمریکا به‌طور متوسط ۳۶ درصد درآمد خود را صرف خرید مواد غذایی می‌کنند و در شرایطی که تعدیل‌های گسترده در مشاغل کم‌درآمد مانند خرده‌فروشی و حمل‌ونقل فشار زیادی به بودجه خانوارهای فقیر وارد کرده، افزایش قیمت مواد غذایی زندگی را برای آن‌ها دشوارتر ساخته است. قیمت اقلامی مانند انواع غلات، دانه آفتابگردان، دانه سویا و شکر به میزان چشمگیری افزایش یافته و در ماه ژانویه امسال شاخص قیمت جهانی مواد غذایی به بالاترین سطح خود در شش سال اخیر رسیده است. با توجه به شرایط بد آب‌وهوایی در برخی نقاط جهان، افزایش تقاضا و اختلال در زنجیره‌های عرضه به دلیل همه‌گیری کرونا، بعید به نظر می‌رسد که قیمت‌ها در آینده‌ای نزدیک کاهش یابند. ظاهراً اقتصادهای توسعه‌یافته در برابر جهش قیمت مواد غذایی در کوتاه مدت از مصونیت بیشتری برخوردارند؛ زیرا در این کشورها مواد غذایی بیشتر فراوری می‌شوند و زنجیره غذایی آن‌ها جزییات بیشتری دارد. به گفته دکتر دیوید اوبیولا، استاد اقتصاد کشاورزی دانشگاه سیدنی، شرکت‌هایی که به عنوان مثال، چپیس ذرت تولید می‌کنند، فضای زیادی برای جذب شوک افزایش قیمت ذرت از طریق کاهش سایر هزینه‌ها دارند؛ اما وقتی قیمت‌ها برای مدت زیادی در سطح بالایی باقی می‌مانند، حتی شرکت‌های تولیدکننده مواد غذایی فراوری‌شده نیز به این فکر می‌افتند که چگونه این افزایش قیمت را به مصرف‌کنندگان منتقل کنند. به گفته جان نودی، مدیر بخش مشاوره خرده‌فروشی در شرکت مشاوره کسب و کار نورث امریکن، شرکت‌های بزرگی مانند جنرال میلز (تولیدکننده برندهای معروف غلات صبحانه در آمریکا) و شرکت بلوبوفالو (تولیدکننده غذاهای حیوانات خانگی) به دنبال افزایش قیمت حداقل برخی از محصولات خود هستند. دیوید سیسینسکی، مدیرعامل گروه غذایی لنکستر کولونی، نیز در این خصوص می‌گوید: «پیش‌بینی ما این است که قیمت‌ها برای مدت زیادی در همین سطح باقی خواهند ماند. شرکت تلاش می‌کند که راهی برای انتقال قابل توجهی

در ابتدای سال جاری میلادی شاخص قیمت جهانی مواد غذایی به بالاترین سطح خود در شش سال اخیر رسیده است و با توجه به شرایط بد آب‌وهوایی در برخی نقاط جهان، افزایش تقاضا و همچنین اختلال در زنجیره‌های عرضه به دلیل همه‌گیری کرونا، بعید به نظر می‌رسد قیمت‌ها در آینده‌ای نزدیک کاهش یابند. قیمت جهانی مواد غذایی در بدترین زمان ممکن رو به افزایش نهاده است و در اقصی نقاط جهان، مردم شاهد افزایش محسوس قیمت محصولات غذایی هستند. در اندونزی قیمت پنیر سویا نسبت به ماه پائینی سال گذشته (کمتر از سه ماه قبل) حدود ۳۰ درصد افزایش یافته است؛ در برزیل قیمت لوبیا قرمز در ماه ژانویه ۵۴ درصد نسبت به ماه مشابه سال قبل افزایش نشان می‌دهد و در روسیه نیز مصرف‌کنندگان برای خرید شکر مورد نیاز خود باید ۶۱ درصد بیشتر از قیمت سال گذشته هزینه کنند. اقتصادهای نوظهور نچ ناشی از جهش قابل توجه قیمت مواد خام، از نفت و مس گرفته تا غلات، را کاملاً احساس می‌کنند؛ جهشی که از افزایش امیدواری‌ها به بهبود سریع‌تر اقتصاد جهانی و همچنین از سیاست‌های پولی به شدت انبساطی در اقصی نقاط جهان نشأت می‌گیرد. مصرف‌کنندگان و شرکت‌های آمریکایی، کانادایی و اروپایی که ماه‌هاست تحت فشار مشکلات مرتبط با همه‌گیری وپروس کرونا و افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل و بسته‌بندی هستند نیز از اثرات مخرب جهش قیمتی اخیر در امان نخواهند بود و نخواهند توانست شوک ناشی از این جهش قیمتی را به راحتی جذب کنند. جهش قیمت مواد غذایی هیچ‌گاه اتفاق خوشایندی تلقی نمی‌شود و این بار نیز با توجه به شرایط، جهش قیمت‌ها باعث بروز دشواری‌های جدی‌تر در مقایسه با دوره‌های توری گذشته خواهد شد. همه‌گیری کرونا که از سال گذشته بر اقتصاد جهانی سایه افکنده، نگرانی‌ها در باره بروز موج گرسنگی و سوءتغذیه (حتی در کشورهای ثروتمند جهان) را به اوج رسانده است. در انگلیس سازمان خیریه تراست (Trussell Trust) در شش ماهه نخست همه‌گیری کرونا در این کشور روزانه ۲۶۰۰ بسته غذا توزیع کرده است که در تاریخ ۲۴ ساله این سازمان مردم‌نهاد یک رکورد محسوب می‌شود. در آمریکا بحران کووید ۱۹ حدود ۱۳٫۲ میلیون نفر دیگر را به جمع افرادی که از عدم امنیت غذایی رنج می‌برند، افزوده است. بر اساس آمارهای موسسه Feeding America که بزرگ‌ترین اداره‌کننده بانک‌های غذا در آمریکا به‌شمار می‌رود،

## اخبار جهانی



### تولید فیلم انعطاف پذیر از پوسته خرچنگ به وسیله شرکت CuanTec اسکاتلند

خاصیت ضدباکتری نیز هست؛ به همین خاطر این بسته بندی طول عمر محصولات را افزایش و هم زمان ضایعات غذایی را نیز کاهش می دهد. از مایع پروتئینی بسیار مقوی به دست آمده از خرچنه تولید این فیلم هم برای تغذیه ماهی های سالمون استفاده می شود.

مدیران شرکت می گویند که همه بایوپلاستیک ها به سادگی تجزیه می شوند و برای برخی از آن ها فرآیندهای شدید صنعتی لازم است؛ اما این بایوپلاستیک به سادگی و در ۹۰ روز می تواند بدون نیاز به صرف انرژی زیاد بشکند و تجزیه شود.

نشریه هنر بسته بندی - اسفند ۱۳۹۹

می شود، استوار شده است. این ماده پایدار به راحتی در هر خرچنه ضایعات غذا پیدا می شود. CuanTec این عصاره را از کیتین به دست آمده از ضایعات محصولات از فرآیندهای غذا در صنایع سخت پوستان (صدف، دم، پنجه، سر - بخش هایی که انسان ها آن ها را نمی خورند) کسب می کند؛ سپس این کیتوزان را با سایر مواد اولیه طبیعی برای تولید فیلم انعطاف پذیر مانند بسته بندی های پلاستیکی متداول استفاده می کند؛ اما برخلاف بسته های پلاستیکی، CuanSave ظرف مدت ۹۰ روز در کپه کمپوست منزل بدون هیچ آسیبی به محیط زیست تجزیه می شود. کیتوزان دارای

CuanSave، فیلم انعطاف پذیر تولید شده از پوسته خرچنگ به وسیله شرکت CuanTec به بازار آمد. نیاز روزافزون مصرف کنندگان به محصولات پایدار منجر به افزایش تقاضا برای بایوپلاستیک ها شده است. CuanTec شرکتی اسکاتلندی است که با چرخه های دایره ای، محصولات تولید شده از ضایعات پلاستیکی را ارایه می کند و سعی دارد بسته بندی های آنتی میکروبیال قابل کمپوست در منزل را جایگزین بسته بندی های پلاستیکی غذایی کند. فیلم های شرکت بر پایه استفاده از کیتین (chitin)، دومین منبع بزرگ بیوپلیمر طبیعی در جهان که در بسیاری از مناطق یافت

### رسوایی گوشت حلال تقلبی در مالزی جنجال آفرید

وب سایت «نیواستریس تایمز» نخستین منبع رسانه ای بود که گزارش کرد بیش از ۴۰ سال است یک کارتل با پرداخت رشوه به مقامات سازمان های دولتی، همه نوع گوشت غیر حلال را از کشتارگاه های کشورهای نظیر چین، اوکراین و آفریقای جنوبی وارد کرده و با عنوان گوشت حلال در مالزی عرضه می کند. برخی از این گوشت های وارداتی شامل گوشت کانگورو و اسب بوده اند که ترکیب و به عنوان گوشت گاو حلال فروخته شده اند. گواهی حلال تایید می کند که محصولات طبق شرع اسلام تهیه شده اند و این مساله برای همه مسلمانان، از جمله مسلمانان مالزی که حدود ۶۰ درصد جمعیت این کشور را تشکیل می دهند، اهمیت دارد؛ همچنین محصولات حلال کسب و کار بزرگی در مالزی محسوب می شود که تلاش دارد به قطب جهانی بازار حلال بین المللی به ارزش ۲،۳ تریلیون دلار تبدیل شود. این کشور در حال حاضر حدود ۹ میلیارد دلار محصولات با گواهی حلال شامل مواد غذایی، آرایشی و دارویی به چین، سنگاپور، آمریکا، ژاپن و کشورهای دیگر صادر می کند. در این گزارش به هویت افراد این کارتل اشاره نشده و تنها یک نفر دستگیر شده است. پلیس مالزی قول داده است تحقیقات فوری درباره کسانی که در قاچاق، نگهداری و عرضه این محصولات تقلبی دست داشته اند، انجام دهد. بر اساس گزارش بلومبرگ، در این بین، یک گروه صنفی در کوالالامپور از شش هزار عضو خود خواست که فروش محصولات گوشت گاو را متوقف کنند. وزارت تجارت داخلی و امور مصرف کننده مالزی اعلام کرده است تامین کننده گوشت منجمد بزرگ در این کشور از نظر عرضه گوشت حلال مطمئن هستند.

پایگاه خبری ایفتا - دی ۱۳۹۹

### رهبران ارشد چین توسعه اصلاح بذر را برای تامین امنیت غذایی اجباری کردند

به نقل از گلوبال اکونومی، رهبران ارشد چین تاکید کردند که صنعت اصلاح بذر در داخل کشور باید بسیار جدی تر توسعه یابد. آن ها این اقدام را در راستای مبارزه و تلاش برای اطمینان سازی کشور از تامین امنیت غذایی دنبال می کنند. بذر و ارقام اصلاح شده زراعی، باغی و دامی یکی از راهکارهای اصلی برای تامین امنیت غذایی کشور است که سازمان خواربار جهانی ملل متحد هم بارها بر آن تاکید داشته و هشدار داده است. بر اساس این گزارش، نگرانی درباره امنیت غذایی در چین و دیگر کشورها پس از گزارش هایی درباره کاهش تولید غلات در جهان و نیز همه گیر شدن ویروس کرونا بیشتر شده است و کشورها دنبال راهکاری برای افزایش تولید محصولات اساسی، به ویژه گندم، هستند. پس از شیوع بیماری کووید ۱۹ بسیاری از کشورهای صادر کننده محصولات کشاورزی و غذایی صادرات خود را متوقف کرده یا محدودتر کردند. اولویت آن ها ابتدا تامین نیاز داخل و ذخیره استراتژیک مطمئن است و در صورت مزاحمت اقدام به صادرات می کنند. گزارش ها حاکی است؛ قیمت انواع خوراک دام و طیور به عنوان یک کالای اساسی و تاثیر گذار بر قیمت محصولات پروتئینی در چند ماه گذشته در جهان ۳۰ درصد افزایش یافته و قیمت گندم هم رشد چشمگیری داشته است. اخیراً وزیر جهاد کشاورزی خود اتکایی ایران را در تولید بذر ۹۵ درصد اعلام کرد؛ اما با وجود این، در تولید بذر سبزی و صیفی بیش از ۹۰ درصد وابسته به واردات هستیم و در تولید بذر چغندر قند نیز وضعیت مناسبی نداریم.

پایگاه خبری ایفتا - دی ۱۳۹۹





## بررسی مسایل و مشکلات صادرات صنایع غذایی به کشور عراق

رویه‌های غیر ضرور توسط دستگاه‌های دولتی در شرایط تحریم، ضرورت تک‌نرخ شدن ارز، حمایت از صادرکنندگان حرفه‌ای و متعهد، لزوم حل مشکلات روابط گمرکی و قرنطینه‌ای مشترک ایران و کشورهای هدف صادراتی، ضرورت حل مشکلات نقل و انتقال ارز حاصل از صادرات به داخل کشور، ساماندهی صادرات از طریق مرز نشینان و پیله‌وران، ناسامانی قیمت مواد اولیه و مواد بسته‌بندی، ضرورت ایجاد شرکت‌های بزرگ صادراتی و شرکت‌های مدیریت صادرات و لزوم کمک به حضور شرکت‌های مدیریت صادرات در نمایشگاه‌های خارجی بحث و تبادل نظر کردند.

سازمان توسعه تجارت ایران - اسفند ۱۳۹۹

از ایجاد مراکز عرضه کالاهای ایرانی در عراق، تولید محصولات ارگانیک استراتژیک، گفت‌وگو با مقامات عراقی به منظور رفع موانع تعرفه‌های واردات، اجرای کشاورزی قراردادی و صادرات بر اساس زنجیره ارزش تاکید کرد و مینا قراردادن هدف برنامه ششم توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشور برای صادرات محصولات کشاورزی و غذایی را یکی از وظایف سازمان توسعه تجارت ایران عنوان کرد. خاطر نشان می‌سازد، در این نشست که در محل سازمان توسعه تجارت ایران برگزار شد، صادرکنندگان بر تر حوزه صنایع غذایی کشور درباره معرفی سازمان توسعه تجارت ایران به عنوان محور سیاست‌گذاری در حوزه صادرات کشور، حذف

به گزارش روابط عمومی سازمان توسعه تجارت ایران، جلسه هم‌اندیشی بررسی مسایل و مشکلات صادرات صنایع غذایی به کشور عراق در ادامه جلسات توسعه نظام زنجیره‌ای تولید و صادرات کشور، با حضور علی آقامحمدی، عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام و حمید زابدوم، معاون وزیر و رییس کل سازمان توسعه تجارت ایران برگزار شد. در این جلسه، آقامحمدی، عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام، ضمن تشریح رویکرد سیاست‌های دستگاه‌های دولتی مبنی بر هماهنگی در حوزه صادرات غیر نفتی کشور، همکاری و تعامل بخش خصوصی با یکدیگر را رمز ماندگاری در بازار عنوان کردند. او در ادامه بر ایجاد خوشه‌های بسته‌بندی در استان‌ها، حمایت

### افزایش سبوس‌گیری آرد سلامت مردم را تهدید می‌کند

فاطمه عبدالهی، مدیر کل دفتر بهبود تغذیه وزارت بهداشت، اظهار کرد: غنی‌سازی آرد با آهن و اسید فولیک از سال ۸۶ تحت یک برنامه غذایی کشوری در حال اجراست و تمام نانوبایی‌ها موظف به استفاده از آرد غنی شده برای تهیه نان مصرفی مردم هستند. او افزود: بر اساس دستورالعمل ابلاغی از سوی وزارت بهداشت، تمام کارخانه‌های تولید آرد موظف به تهیه آرد غنی شده با آهن و اسید فولیک هستند. در گذشته قرار بود که آرد نان سنگک به دلیل میزان پایین سبوس‌گیری آن غنی‌سازی نشود؛ اما امروزه این نوع آرد نیز باید غنی‌سازی شود. مدیر کل دفتر بهبود تغذیه وزارت بهداشت با اشاره به اینکه میزان سبوس‌گیری آرد نان به ۱۵ الی ۱۸ درصد رسیده است، تاکید کرد: بر اساس آخرین نتایج به دست آمده افزایش میزان سبوس‌گیری آرد ارتباط مستقیمی با بروز چشمگیر بیماری‌های مختلف مانند دیابت و چاقی در بین مردم دارد.

عبدالهی بیان کرد: بر اساس دستورالعمل‌های ابلاغی وزارت بهداشت، میزان سبوس‌گیری آرد نباید زیاد باشد؛ زیرا این موضوع سبب می‌شود سلامتی افراد در معرض خطر قرار گیرد. آردی که میزان زیادی از سبوس خود را از دست داده، سفیدرنگ است و برای سلامتی مفید نیست. او ادامه داد: کارشناسان معتقدند که سبوس موجود در آرد نان هر چند موجب تیره‌تر شدن رنگ نان می‌شود، اما برای سلامتی افراد بسیار موثر است. مدیر کل دفتر بهبود تغذیه وزارت بهداشت یادآوری کرد: جوش شیرین و جوهرقند که برای سلامتی افراد مضر هستند باید از فرآیند تولید نان حذف شوند؛ زیرا سرطان‌زا هستند.

فودنا (شبکه خبری صنایع غذایی ایران) - دی ۱۳۹۹

### افزایش صادرات محصولات شیری، شکلات و فرآورده‌های غلات

مدیر کل دفتر هماهنگی صادرات محصولات کشاورزی و صنایع تبدیلی گفت: در ده‌ماهه ۱۳۹۹ و با وجود شرایط تحریم و شیوع کرونا، صادرات محصولات شیری، شکلات و فرآورده‌های غلات نسبت به مدت مشابه ۱۳۹۸ از نظر ارزشی ۸ درصد و به لحاظ وزنی با ۲۲ درصد افزایش در صادرات روبه‌رو بوده است. به گزارش روابط عمومی سازمان توسعه تجارت ایران، محمود بازاری اظهار داشت: صنعت شیری و شکلات یکی از صنایع با ارزش افزوده بالاست که در صورت تولید محصولات با کیفیت بالا و رقابت‌پذیر، بازار بومی دقیق و شناسایی ذایقه و سلیقه بازارهای هدف صادراتی و استفاده از نام و نشان و برند مناسب می‌تواند جایگاه بهتری را در بازارهای جهانی پیدا کند. او افزود: حجم صادرات صنعت شیری، شکلات و فرآورده‌های غلات تقریباً معادل ۳۰ درصد صادرات صنایع غذایی کشور است که در سخت‌ترین شرایط اقتصادی محقق شده است. مدیر کل دفتر هماهنگی صادرات محصولات کشاورزی و صنایع تبدیلی سازمان توسعه تجارت ایران در پایان از برگزاری نشست میز ملی توسعه صادرات شیری و شکلات کشور به صورت ویدئو کنفرانس توسط سازمان صنعت، معدن و تجارت استان آذربایجان شرقی با همکاری سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت استان‌های تهران، البرز، قم، قزوین، اصفهان، یزد و خراسان رضوی و با حضور نمایندگان گمرک ایران، سازمان امور مالیاتی و معاونت امور صنایع وزارت متبوع در آینده‌ای نزدیک خبر داد. گفتنی است، هدف از برگزاری این جلسه، بررسی موانع و مشکلات و ارتقای سهم این صنعت در سبب صادرات کشور است.

سازمان توسعه تجارت ایران - بهمن ۱۳۹۹

## اخبار استانی



### آغاز عملیات اجرایی انتقال کارخانه روغن نباتی نرگس شیراز

اشاره به اینکه انتقال کارخانه نرگس شیراز علاوه بر رعایت مسایل زیست محیطی و بهداشتی موجبات توسعه کسب و کار، افزایش تولید و اشتغال را فراهم می کند، اظهار کرد: به دنبال راه اندازی کامل و بهره برداری از این واحد تولیدی، جهش چشمگیری را در بخش تولید روغن گیاهی غذایی در سطح استان شاهد خواهیم بود که نیاز فارس و جنوب کشور را تامین می کند. رییس صمت فارس به قابلیت ها و ظرفیت های تولید و اشتغال استان اشاره و بیان کرد: توسعه صنایع تبدیلی و غذایی در فارس می تواند جهش تولید در بخش های دیگر و همچنین رونق اشتغال و سرمایه گذاری را رقم بزند.

سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس - اسفند ۱۳۹۹

انتقال و احداث کارخانه روغن نباتی نرگس شیراز در منطقه ویژه اقتصادی شیراز به مساحت ۸ و ۴ هکتار توسط بخش خصوصی با سرمایه گذاری ۱۷۸۰ میلیارد تومان و اشتغال یک هزار نفر به صورت مستقیم و غیرمستقیم آغاز شد. مهندس حمیدرضا ایزدی با بیان اینکه ظرفیت سالیانه تولیدات این کارخانه در طرح جدید ۱۸۰ هزار تن در سال است، ادامه داد: تولید و بسته بندی محصولات تولیدی در این کارخانه شامل انواع روغن مایع آفتابگردان، سرخ کردنی، روغن نیمه جامد تصفیه شده آفتابگردان، مارگارین مایع و کره کاکائو ویژه صنوف، صنایع و خانوار می شود که با بهره برداری از این طرح انتقالی، مقدار تولید به میزان چشمگیری افزایش خواهد یافت. او با

با حضور معاون وزیر صمت، عملیات اجرایی احداث کارخانه جدید روغن نباتی با سرمایه گذاری ۱۷۸۰ میلیارد تومانی و ظرفیت تولید سالانه ۱۸۰ هزار تن روغن در منطقه ویژه اقتصادی شیراز آغاز شد. آیین کلنگ زنی طرح انتقال کارخانه روغن نرگس شیراز و عملیات اجرایی انتقال این کارخانه با حضور دکتر تابش معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت، معاون استاندار فارس، رییس صمت این استان و جمعی از فعالان اقتصادی با هدف افزایش تولید و اشتغال برگزار شد. رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس در این مراسم با تاکید بر ضرورت رعایت مسایل زیست محیطی و جلوگیری از آلاینده های در فرآیند تولید شرکت روغن نباتی شیراز گفت: عملیات اجرایی طرح

### فارس؛ قطب تولید خرماي کشور

مدیر باغبانی سازمان جهاد کشاورزی استان فارس گفت: این استان با تولید بیش از ۲۰۰ هزار تن خرما و سطح زیر کشت ۳۲ هزار هکتار رتبه دوم تولید و رتبه چهارم سطح زیر کشت کشور را دارد. به گزارش خبرگزاری روابط عمومی سازمان جهاد کشاورزی در استان فارس، مجیدرضا پاکاری در بازدید از «سومین نمایشگاه بین المللی و تخصصی تجهیزات و صنایع وابسته به خرما» با اشاره به اینکه در ۱۹ شهرستان استان فارس خرما تولید می شود، تصریح کرد: شاهانی، کبکاب و زاهدی یا قصب، عمده ترین ارقامی هستند که بسته به مناطق مختلف در این استان کشت و پرورش داده می شوند. به گفته او، در استان فارس به منظور افزایش کمی و کیفی تولید خرما، توسعه رقم تجاری خرماي مجول در این استان در دستور کار قرار دارد. صنعت و کشاورزی دو مقوله به هم پیوسته هستند. پاکاری، برندسازی و معرفی خرما به داخل و خارج از کشور را از مزایای برگزاری نمایشگاه دانست و افزود: معرفی ارقام خرما و بسته بندی مناسب، علاوه بر کاهش ضایعات و ارزش افزوده با فراهم کردن زمینه صادرات، ارزش آوری مناسب و رونق اقتصادی را به دنبال دارد. او با بیان اینکه صنعت و کشاورزی دو مقوله به هم پیوسته و مکمل یکدیگر هستند، اظهار کرد: اگر صناعی وجود نداشته باشد، تولید به تنهایی جایگاه ویژه ای ندارد؛ همچنین ارزش آوری و ارزش اقتصادی مناسب ایجاد نمی شود. مدیر باغبانی سازمان جهاد کشاورزی استان فارس ابراز کرد: در این نمایشگاه تنوع محصولات خرما، بسته بندی ها، برندها و فراوری را شاهد هستیم که بازارهای خیلی خوبی می تواند داشته باشد.

سازمان جهاد کشاورزی استان فارس - بهمن ۱۳۹۹

### توانمندی فارس در استقلال تولید روغن خوراکی در کشور

مدیرعامل سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولید کنندگان کشور گفت: توانمندی استان فارس در زمینه تولید روغن، عاملی برای استقلال در تولید خواهد شد. دکتر عباس تابش در آیین کلنگ زنی محل جدید شرکت روغن نباتی شیراز بیان کرد: با توجه به میزان آلاینده های این صنعت، یکی از مطالباتی که در سطح استان فارس و به خصوص در کلان شهر شیراز وجود داشت، جابه جایی صنایع آلاینده، از جمله روغن نباتی شیراز، به خارج از فضای شهری بود. او اضافه کرد: مشکلات اقتصادی موجود در کشور که عامل آن ها تحریم های ظالمانه است، باعث شده رزمنندگان اقتصادی عمر و سرمایه خود را برای رفاه عامه مردم هزینه کرده و در این راه تلاش های مثمر ثمری را انجام دهند. تابش یادآور شد: وزارت صنعت، معدن و تجارت، استانداری فارس و سرمایه گذار بخش خصوصی در تلاش است با فراهم کردن مقدمات ساخت سریع تر کارخانه روغن نباتی زمینه انتقال آن را در کوتاه ترین زمان و طی سه سال آینده به خارج از شهر شیراز فراهم کند. او ادامه داد: از جمله ثمراتی که خروج کارخانه روغن نباتی از سطح کلان شهر شیراز دارد، کاهش آلودگی در این کلان شهر بوده و این در حالی است که با ایجاد این کارخانه زمینه استقلال در تولید روغن خام و همچنین عدم واردات روغن خام در کشور فراهم خواهد شد. او گفت: بر طرف کردن نیاز داخلی و تامین کالای استراتژیک کشور نیز از جمله ثمراتی است که این کارخانه به همراه خواهد داشت. به گفته معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت ایجاد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم و جلب سرمایه گذاری از جمله نکاتی است که بایستی در ایجاد کارخانه های جدید مدنظر فعالان اقتصادی باشد.

سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس - اسفند ۱۳۹۹



## عملکرد انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس

(سه‌ماهه چهارم ۱۳۹۹)

اداره کل استاندارد و الزام حضور نماینده انجمن صنفی کارفرمایی به‌عنوان عضو این کمیسیون، اولین جلسه در تاریخ ۹۹/۱۱/۱۳ برگزار شد؛

۵۵ تشکیل جلسه به‌منظور بررسی مشکلات واردات و صادرات واحدهای تولیدی از نظر ثبت برند و سایر مجوزهای موردنیاز با حضور معاونان سازمان بازرسی و مدیریت غذا و تصمیم‌گیری در خصوص رفع مشکلات ذکر شده؛

۵۶ پیگیری سهمیه روغن برای واحدهای تولیدی استان که در تولیداتشان نیاز به روغن دارند؛ از جمله اقدامات انجام شده:

- تهیه لیست واحدها توسط انجمن؛
- تهیه لیست واحدها از سامانه بهینه‌یاب سازمان صمت و راستی‌آزمایی این دو لیست تهیه شده و ارسال آن به سندیکای کنسرو و کمپوت ایران و همچنین هماهنگی با انجمن روغن و واحدهای تولیدی استان به‌منظور دریافت سهمیه ماهانه روغن؛
- ۵۷ حضور نماینده انجمن صنفی کارفرمایی در کمیته صدور پروانه‌ها و آرایه راهکارها و پیشنهادها از طرف انجمن در کمیته مذکور به‌منظور تسهیل و سرعت بخشیدن به صدور پروانه‌های بهداشتی و رفع مشکلات به‌وجود آمده واحدهای تولیدی.

۵۱ برگزاری جلسه با حضور تعدادی از مسوولان فنی واحدهای تولیدی نوشیدنی‌ها و نماینده سرمایه‌گذاران این صنعت و بحث و بررسی در خصوص استانداردها و نوشیدنی‌ها؛ از جمله (آلوئه‌ورا و تخم‌شربتی)؛

۵۲ با توجه به تغییر استانداردهای بعضی از فرآورده‌های نوشیدنی آلوئه‌ورا و تخم‌شربتی و درخواست تعدادی از تولیدکنندگان مبنی بر بازنگری در استانداردهای ذکر شده، جلسه‌ای با حضور نمایندگان تولیدکننده، انجمن صنفی کارفرمایی و مدیر غذای دانشگاه علوم پزشکی برگزار و مقرر شد پیگیری‌های بعدی در این خصوص انجام شود؛

۵۳ با توجه به مشکلاتی که در واحدهای تولیدی از نظر استفاده از ادویه‌جات (لفل قرمز، فلفل سیاه و...) در تولیدات آن‌ها ایجاد شده بود، جلسه‌ای با حضور نمایندگان مدیریت غذا و داروی دانشگاه علوم پزشکی، اداره کل استاندارد، اتاق بازرگانی و تعدادی از مسوولان فنی در محل اتاق بازرگانی برگزار و مقرر شد پیگیری‌های لازم در خصوص اجباری شدن استاندارد این گونه مواد اولیه هنگام ورود به گمرک برای هر بخش از واردات، آزمایش‌های لازم انجام شود؛

۵۴ تشکیل کمیسیون ماده ۴۲ قانون تقویت و توسعه نظام استاندارد در



## تقویم مناسبت های غذایی - بهار ۱۴۰۰



۲۶ فروردین

روز جهانی  
موز

۱۵ فروردین

روز جهانی  
ویتامین C

۶ فروردین

روز جهانی  
اسفناج

۲ فروردین

روز جهانی  
آب

۷ خرداد

روز جهانی  
همبرگر

۳۰ اردیبهشت

روز جهانی  
توت فرنگی

۱۷ اردیبهشت

روز جهانی خوراک  
ماهیچه

۲ اردیبهشت

روز جهانی  
پاستیل

۱۷ خرداد

روز جهانی  
ایمنی غذا

۱۲ خرداد

روز جهانی  
مرغ تنوری

۱۱ خرداد

روز جهانی  
فیش اند چیپس

۸ خرداد

روز جهانی  
بیسکویت

۲۶ خرداد

روز جهانی  
سبزیجات تازه

۲۲ خرداد

روز جهانی  
فلافل

۲۱ خرداد

روز جهانی بلال  
کبابی

۱۷ خرداد

روز جهانی  
دونات



### روز جهانی آب (۱۴۰۰/۰۱/۰۲)

در میان عناصر تشکیل دهنده هستی، آب در واقع یکی از شگفت‌انگیزترین پدیده‌هاست. آب تنها ماده‌ای در طبیعت است که به سه گونه جامد، مایع و گاز وجود دارد. هر کدام از این سه گونه طبیعی اشکال مختلفی از جمله ابر در آسمان، رودخانه و دریا در زمین و کوه یخی در طبیعت دارد که برای زیست همه موجودات هستی، از ماکیان آسمان تا ماهیان دریا، موثر است. آب منبع خوبی برای حفظ و شادابی پوست به‌شمار می‌رود، برای سلامت قلب مفید است، انرژی را افزایش داده و باعث کاهش وزن می‌شود؛ همچنین آب باعث بهبود بخشیدن به جریان خون در پوست می‌شود. میزان انرژی در کسانی که روزانه به مقدار کافی آب می‌نوشند، نسبت به افرادی که بدنشان با کمبود آب روبه‌روست، از سطح بالاتری برخوردار است. کم‌آبی در بدن می‌تواند منجر به سستی و خواب‌آلودگی و در نهایت ضعف عضلات و سردرد شده و سوخت‌وساز بدن را کاهش دهد. در جهان دارای امنیت آب، قدرت تولیدی آب تحت کنترل درآمده و نیروی تخریبی آن به حداقل می‌رسد. امنیت آب، به معنی اداره و رسیدگی به حفاظت زیست‌محیطی و اثرات منفی مدیریت ضعیف نیز است.



### روز جهانی اسفناج (۱۴۰۰/۰۱/۰۶)



اسفناج انواع مختلفی دارد که شکل‌ها و سایزهای برگ آن‌ها متفاوت است. تک‌تک این برگ‌ها سرشار از ویتامین‌ها و مواد معدنی هستند که برای بدن فوق‌العاده مفیدند. این سبزی برگ‌دار با رنگ تیره به خانواده چغندر هم مربوط می‌شود. لغت اسفناج از یک کلمه اسپانیایی، به معنای دست سبز است. این گیاه گلدار که ریشه آن متعلق به کشور ایران است، به دلیل اصالتی که دارد، به گیاه پارسی هم در بعضی از کشورها مثل چین معروف است. اسفناج منبع عالی ویتامین E، K، A، C و ویتامین‌های گروه B و حاوی فیبر رژیمی است. اسفناج حاوی مقدار زیادی ترکیب‌های فلاونوئید و دارای خواص ضد التهابی و ضد سرطانی است. این گیاه فواید دلگرم‌کننده‌ای برای سلامتی قلبی دارد که به‌طور مستقیم طول عمر را افزایش می‌دهد. اسفناج دارای اسیدهای چرب امگا ۳ است که برای سلامت قلب عالی هستند. علاوه بر این، مقدار اسید فولیک زیاد اسفناج موجب کاهش سطح هموسیستئین می‌شود که به‌طور مستقیم خطر بیماری قلبی را کاهش می‌دهد.

### روز جهانی ویتامین C (۱۴۰۰/۰۱/۱۵)

ویتامین C آنتی‌اکسیدان است؛ یعنی از آسیب رادیکال آزاد به سلول‌ها و بافت‌های بدن جلوگیری کرده و باعث تقویت دستگاه ایمنی می‌شود. این ویتامین موجب محافظت پوست در مقابل آثار مخرب اشعه ماورای بنفش نور خورشید می‌شود؛ همچنین به افزایش قدرت ایمنی بدن، استحکام لته‌ها و دندان‌ها کمک می‌کند و باعث ساخت کلاژن (قوی‌ترین بخش بافت پیوندی در بدن) شده و در پیشگیری از بالارفتن کلسترول خون و ایجاد لخته‌های خونی در رگ موثر است. اشاره شده است که این ویتامین برخلاف تفکر همگان کمکی به پیشگیری از بروز سرماخوردگی نمی‌کند؛ فقط طول دوره بیماری را کوتاه و به تخفیف عوارض آن کمک می‌کند؛ همچنین مصرف این ویتامین باعث جذب بهتر آهن در بدن می‌شود و به افرادی که دچار کم‌خونی هستند، توصیه می‌شود. از منابع خوب و غنی ویتامین C در مواد غذایی می‌توان به میوه گواوا، پودر فلفل قرمز، فلفل دلمه‌ای زرد، گل کلم، آویشن تازه، کلم فندقی، کلم کالی، فلفل سبز، جعفری تازه، برگ خردل، غلات غنی شده، رزماری خشک، برگ سلغم، شاهی، کلم بروکلی، کیوی، آناناس، گوجه فرنگی، کلم قرمز، پاپایا، توت فرنگی، پیازچه، ریحان خشک، گرمک، گشنیز خشک، پودر میخک، انبه، زعفران و پرتقال اشاره کرد.



### روز جهانی موز (۱۴۰۰/۰۱/۲۶)



موز فوایدی برای سلامتی دارد؛ از جمله سلامت قلبی و عروقی، بهبود سلامت روانی، کمک به افزایش انرژی و ایمنی، پیشگیری از کم‌خونی و جلوگیری از زخم معده و دیابت. موز منبع عالی پتاسیم و ماده مغذی است که مسوول انتقال اکسیژن به مغز است؛ همچنین کمک می‌کند تا ذهن هوشیار بماند. منیزیم در میوه‌ها فعالیت الکتریکی مناسب بین سلول‌های عصبی در مغز ایجاد می‌کند. پتاسیم در موزها می‌تواند ضربان قلب را منظم نگه دارد و اثرات سدیم را بر فشارخون بی‌اثر کند. موز پر از ویتامین C، آنتی‌اکسیدان‌ها و فیبر است؛ سه ماده‌ای که برای ایجاد انرژی در سیستم موثرند. به همین دلیل افرادی که زیاد ورزش می‌کنند در رژیم خود موز قرار می‌دهند. از فواید موز برای بدن، کم کردن استرس و اضطراب، بهبود خواب، نفخ کمتر، سوزاندن چربی، تثبیت قند خون، کاهش سطح کلسترول بد، بهبود هضم، تنظیم حرکت روده، قوی‌تر شدن استخوان‌ها، کاهش فشارخون، دفع سموم، بهبود بینایی، بیشتر شدن آهن خون و مبارزه با سرطان است.

### روز جهانی پاستیل (۱۴۰۰/۰۲/۰۲)

هانس ریگل، مدیر شرکت آلمانی آب‌نبات هاریبو، با افزودن ژلاتین به آب‌نبات‌ها، اولین پاستیل‌ها را به شکل خرس ابداع کرد. ژلاتین به‌عنوان اصلی‌ترین ماده غذایی تشکیل‌دهنده پاستیل به حساب می‌آید و یک ترکیب پروتئینی است. ژلاتین به‌ویژه در افرادی که دچار شکستگی استخوان شده‌اند، کمک‌کننده است. در ایران نیز پاستیل‌های نوشابه‌ای جزو قدیمی‌ترین هاست و برای برخی افراد حکم یک نوستالژی دوست‌داشتنی را دارد. مصرف بی‌رویه پاستیل به‌خاطر وجود رنگ و شکر و دیگر مواد افزودنی می‌تواند اشتها را کور کرده و موجب سوءتغذیه شود. مصرف پاستیل بر دیگر تنقلات مصنوعی، ارجحیت دارد. استفاده از ژالینتول در پاستیل، در پیشگیری از پوسیدگی دندان موثر است. مصرف پاستیل مخالفان و موافقان زیادی در بین متخصصان تغذیه دارد. یکی از علت‌هایی که متخصصان مصرف پاستیل را مناسب نمی‌دانند، این است که در برخی کشورها از خاک‌ها هم برای تولید ژلاتین بهره می‌برند و مخالفت دیگر آن‌ها بر سر نحوه خاص استخراج ژلاتین از استخوان گاو است که متخصصان می‌گویند حتماً باید از روش آنزیمی صحیحی استخراج شود؛ وگرنه مشکل‌ساز خواهد بود.



### روز جهانی خوراک ماهیچه (۱۴۰۰/۰۲/۱۷)



خوراک ماهیچه یکی از غذاهای مجلسی و در عین حال سنتی ایران است. این خوراک در بیشتر رستوران‌های کشور با برنج ساده یا باقالی پلو سرو می‌شود و یک غذای پرطرفدار و اعیانی ایرانی محسوب می‌شود و قدمتی دیرینه دارد. به‌طور مشخص در زمان صفویان (حدود ۵۰۰ سال پیش) این غذا به‌عنوان خوراکی رسمی و ملوکانه انتخاب و در فهرست غذاهای درباری گنجانده شد و از آن پس در همه مجالس رسمی عضو ثابت سفره‌های ایرانی به‌شمار آمد. مشخصات یک خوراک ماهیچه مرغوب این است که ماهیچه باید کاملاً پخته شده و هنگام جویدن حالت آدامسی نداشته باشد. برای خوش‌عطر شدن نیز از روغن حیوانی و زعفران به مقدار زیاد استفاده شده باشد. ماهیچه مواد مغذی مانند آهن، سلنیوم، ویتامین‌های گروه A و B و زینک را در خود جای می‌دهد. کالری خوراک ماهیچه (در حالت غذای پخته شده مرکب از چند ماده) ۱۲۴ کیلوکالری در ۱۰۰ گرم است. ارزش غذایی خوراک ماهیچه کالری، کربوهیدرات، پروتئین، چربی، آب، فیبر، قند و کلسترول است. از مواد معدنی تشکیل‌دهنده خوراک ماهیچه می‌توان به کلسیم، آهن، منیزیم، فسفر، پتاسیم، سدیم، روی، مس، منگنز و سلنیوم اشاره کرد.

### روز جهانی توت‌فرنگی (۱۴۰۰/۰۲/۳۰)

توت‌فرنگی که به‌عنوان ملکه میوه‌ها در آسیا شناخته می‌شود، میوه‌ای سرشار از ویتامین‌ها و مواد مغذی است که خواص و فواید درمانی زیادی دارد. از جمله خواص این میوه، مقادیر زیاد آنتی‌اکسیدان، فیبر و ویتامین است. آنتی‌اکسیدان‌های موجود در توت‌فرنگی و همچنین پتاسیم بالای درون آن باعث کاهش خطر لخته‌های خون خطرناک در مغز و جلوگیری از سکته مغزی می‌شوند. این میوه مغذی و پرفایده چربی خوب خون را افزایش می‌دهد، برای فشارخون بالا مفید است و به شما برای محافظت در برابر سرطان کمک می‌کند. این میوه منبعی خوب برای تامین پتاسیم و کلسیم است. فولیک‌اسید موجود در توت‌فرنگی برای افسردگی مفید است و مواد موجود در آن باعث بهبود حافظه کوتاه‌مدت می‌شود. توت‌فرنگی حاوی آنتی‌اکسیدان‌هایی است که در برابر رادیکال‌های آزاد عمل کرده، رشد سلول‌های سرطانی را مهار کرده و باعث کاهش التهاب بدن می‌شوند. به دلیل پتاسیم بالا در توت‌فرنگی، این میوه پرطرفدار برای افرادی که دچار فشارخون بالا هستند، توصیه می‌شود. توت‌فرنگی به دلیل فیبر زیاد به کاهش یبوست کمک می‌کند.



### روز جهانی همبرگر (۱۴۰۰/۰۳/۰۷)



همبرگر یکی از محبوب‌ترین و مورد توجه‌ترین انواع فست‌فودهاست. این غذای خوشمزه با شهرت جهانی که تا کنون همه طعم‌دانشین آن را چشیده‌اند، دارای انواع مختلف و متعددی است؛ اما اصلی‌ترین شیوه طبخ و سرو آن که به‌عنوان روش اصلی غربی سرو همبرگر نیز شناخته می‌شود، سرو همبرگر با نان مخصوص، یک تکه گوشت کبابی یا سرخ‌شده، حلقه‌های پیاز و یک سس باریکیو است؛ همچنین سبزی‌هایی مانند گوجه‌فرنگی یا چند برگ کاهو نیز می‌تواند تکمیل‌کننده این غذای لذیذ باشد. واژه همبرگر از زبان آلمانی می‌آید. ham به معنای گاو یا گوشت گاو و burg به معنای تپه و ef کلمه اطلاق است. نیمی از کالری موجود در همبرگر از چربی به‌دست می‌آید؛ همچنین به‌دلیل اینکه همبرگر یک غذای فرآوری شده است، حاوی مقادیر زیادی سدیم است. این آیتم غذایی دارای چربی اشباع‌شده و کلسترول نیز هست. اگرچه همبرگر منبع خوبی از پروتئین است، اما بایستی محتوای چربی و کلسترول آن را در نظر داشت و قبل از اینکه تسلیم مزه کردن آن شد، درباره تاثیر این غذای خوشمزه بر سلامت خود فکر کرد.



### روز جهانی بیسکویت (۱۴۰۰/۰۳/۰۸)

بیسکویت محبوب‌ترین نوع تنقلات در دنیاست؛ حتی در محبوبیت از شکلات هم پیشی گرفته است. در روز بیسکویت، این روز دوست‌داشتنی، هم شکموها خوشحال می‌شوند و هم رژیم‌داران طبیعی‌پسند، گزینه‌های خوبی برای خوردن پیدا می‌کنند. مواد تشکیل‌دهنده بیسکویت‌ها: آرد، شیرین‌کننده‌ها، آرنیم‌ها، روغن، تخم‌مرغ، شیر، امولسیون‌کننده‌ها و مواد پوک‌و‌تردکننده است. از مزایای بیسکویت نسبت به دیگر محصولات مشابه (کیک، کلوچه و...) این است که چون غالب میکروارگانیزم‌ها در حضور رطوبت امکان رشد دارند و رطوبت بیسکویت بسیار پایین و معمولاً کمتر از ۳ درصد است، به همین دلیل در بیسکویت نیازی به استفاده از مواد نگه‌دارنده نیست و همین امر سالم‌تر بودن بیسکویت را اثبات می‌کند. این فرآورده به اشکال، اندازه‌ها و طعم‌های مختلف و به‌صورت پوشش‌دار، تزئین‌شده و مغزی‌دار تهیه می‌شود. بیسکویت‌های با آرد گندم کامل از سالم‌ترین گزینه‌های موجود در بازار است که قند و چربی آن در حد متوسط است و وجود فیبر در آن، کمک می‌کند تا احساس سیری بعد از خوردن آن، برای مدت طولانی‌تر باقی بماند. از طرفی میزان اسیدهای چرب ترانس آن نیز بسیار ناچیز است.



### روز جهانی فیش اند چیپس (۱۴۰۰/۰۳/۱۱)



چیپس و ماهی (Fish and chips) در اصل از بریتانیا می‌آید و یک غذای محبوب در فست‌فودهاست که از سیب‌زمینی سرخ‌شده و فیله سرخ‌شده ماهی درست می‌شود. به شیوه سنتی با ماهی سنگسر درست می‌شود؛ ولی همه‌گونه ماهی را می‌توان به کار برد. ماهی در خمیر نانوائی خوبانده شده و سپس به مدت کوتاهی در روغن فراوان سرخ می‌شود. در برخی رستوران‌ها هم ماهی را گریل می‌کنند که مزه بهتری دارد. چیپس نیز از خلال‌های بزرگ سیب‌زمینی درست می‌شود که به مدت زیاد در حرارت متوسط در روغن فراوان سرخ می‌شود. ماهی‌های دریایی دارای چربی امگا ۳ بوده که نقش مهمی در جلوگیری از سکنه مغزی دارند؛ زیرا از لخته‌شدن خون در عروق جلوگیری می‌کنند. ماهی به دلیل برخورداری از مواد موردنیاز بدن مانند آهن، کلسیم و ویتامین‌ها، بخش مهمی از رژیم غذایی را تامین می‌کند. چربی امگا ۳ سبب کاهش میزان تری‌گلیسریدها می‌شود و نقش ضد سرطانی دارد. در کنار سرو چیپس و ماهی معمولاً خود فرنگی آب‌پز یا پوره‌شده و پیاز کاراملی شده هم می‌آورند. این یک غذای سریع و خوشمزه است.

### روز جهانی مرغ تنوری (۱۴۰۰/۰۳/۱۲)

مرغ تنوری یا مرغ تندوری نوعی غذای معروف هندی است که از مرغ، ماست و ادویه‌جات تهیه شده و در تنور بریان می‌شود. مرغ را در ماست خوبانده و به آن ادویه تنوری می‌زنند. این ادویه نسبتاً تند است. برای آنکه رنگ مرغ به قرمز آتشین درآید، به آن فلفل هندی، پودر فلفل تند قرمز (چیلی) یا پودر فلفل تند قرمز کشمیری می‌زنند. اگر بخواهند مرغ نارنجی‌رنگ شود، به آن زردچوبه اضافه می‌کنند. مرغ تنوری را به‌طور سنتی در دمای بسیار بالا روی آتش مستقیم و در داخل تنور ساخته‌شده از آجر و خاک رس می‌پزند؛ اما می‌توان آن را روی کباب‌پز نیز بریان کرد. مرغ تنوری علاوه بر هندوستان در دیگر کشورهای جنوب آسیا نیز طرفدار دارد و به‌عنوان پیش‌غذا قبل از غذای اصلی میل می‌شود. مرغ تنوری به دلیل اینکه در تنور طبخ شده و در این غذا از روغن کمی استفاده می‌شود، به‌عنوان یک غذای سالم شناخته می‌شود؛ همچنین مرغ تنوری چون به‌صورت درسته و همراه با قسمت‌های پرچرب (پوست، بال و گردن) پخته می‌شود، حاوی کلسترول بیشتری است؛ به‌خصوص گوشت ران آن چرب‌تر از مرغ آب‌پز و کبابی است.



### روز جهانی ایمنی غذا (۱۴۰۰/۰۳/۱۷)



امروزه مواد غذایی بیش از هر زمان دیگری به میزان بیشتر، فراوری شده و در فواصل طولانی‌تر به کشورهای دیگر فرستاده و برای مرزها توزیع می‌شوند. همکاری جامع همه‌ذی‌نفعان در عرصه تامین مواد غذایی، امروزه عنصری اساسی و ضروری برای اطمینان از امنیت غذایی و تغذیه است. ایمنی غذایی بخشی حیاتی از امنیت غذایی و تغذیه است که به نوبه خود زمانی حاصل می‌شود که احاد مردم در تمامی زمان‌ها، هم از نظر فیزیکی و هم از نظر اقتصادی، به غذایی دسترسی داشته باشند که تامین‌کننده نیازهای رژیم غذایی‌شان با هدف داشتن یک زندگی فعال و سالم باشد. فائو و سازمان جهانی بهداشت تمامی سیاست‌گذاران را به ترویج کشاورزی و سیستم‌های غذایی پایدار ترغیب می‌کنند و شیوه‌های کشاورزی مناسب برای تامین کافی غذای ایمن را مورد حمایت قرار می‌دهند و بر اهمیت توانمندسازی مصرف‌کنندگان در داشتن انتخاب‌های سالم غذایی تاکید دارند. ایمنی غذا وظیفه همگانی است. هر سال به‌منظور آگاهی‌دادن به عموم جامعه و یادآور شدن اهمیت و نقش بیماری‌ها با منشأ غذا و توجه به پیشگیری از این بیماری‌ها روز جهانی ایمنی غذا برگزار می‌شود.

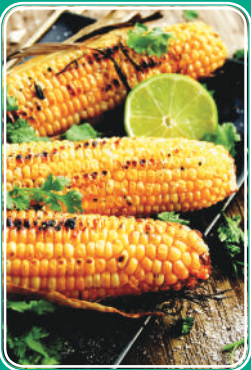
### روز جهانی دونات (۱۴۰۰/۰۳/۱۷)

دونات نوعی فرآورده قندی سرخ‌کردنی یا دسر است که می‌توان آن را در اشکال مختلف به عنوان میان‌وعده‌ای شیرین به صورت خانگی آماده یا از بیرون تهیه کرد. طعم شیرینی دونات با آن بافت پفکی و تردش یک شیرینی بسیار محبوب در میان کودکان برای وعده صبحانه همراه شیر یا یک میان‌وعده دلپذیر همراه با چای است. کمتر کسی است که «دونات» یا همان کیک‌های گرد سرخ‌شده با خمیر شیرین شبیه حلقه یا توپ و پر شده از کرم با طعم‌های مختلف یا تزیین شده با سس‌های خوش طعم را دوست نداشته باشد. انواع مختلف دونات، از شکلاتی گرفته تا پر شده با کرم و کاسترد یا دونات‌های ساده پوشیده شده با دانه‌های ریز شکر، آن قدر هواخواه دارند که روز ۷ ژوئن هر سال به‌عنوان روز جهانی «دونات» نام‌گذاری شده است. مواد تشکیل‌دهنده خمیر دونات، آرد، آب، تخم‌مرغ، شکر، نمک، شیر، کره و خمیر مایع است. انواع دونات‌های معروف دنیا بر اساس شکل ظاهری و مواد داخل یا روی آن، طبقه‌بندی می‌شوند: دونات پیچی، فریتر، گرد و انواع دونات بر پایه طعم و مواد روی آن.



### روز جهانی بلال کبابی (۱۴۰۰/۰۳/۲۱)

بلال یا ذرت کبابی یکی از انواع میان‌وعده‌های خوشمزه و پرطرفدار ایرانی است که با طعم‌های متنوعی تهیه می‌شود. ذرت شیر که با نام شیر بلال هم شناخته می‌شود، نوعی ذرت شیرین و آبدار است که برای پخت بلال بسیار مناسب است. ذرت سرشار از کربوهیدرات و مملو از فیبر، ویتامین‌ها و مواد معدنی است. ذرت پروتئین و چربی نسبتاً کمی دارد. از دیگر خواص بلال ذرت، داشتن فیبر فراوان است که با کاهش خطر ابتلا به بیماری‌های قلبی و برخی سرطان‌ها در ارتباط است. وجود آنتی‌اکسیدان‌ها از خاصیت بلال است که با اثر رادیکال‌های آزاد مضر در بدن مبارزه می‌کنند. پروتئین ذرت از سبزیجات دیگر بیشتر است و می‌تواند گزینه مناسبی برای گیاه‌خواران باشد. برای تهیه بلال کبابی ذرت‌ها را روی منقل می‌چینیم و آن‌ها را به‌صورت مرتب می‌چرخانیم تا تمام قسمت‌ها کباب شوند؛ سپس بلال‌های کبابی را درون آب نمک قرار می‌دهیم تا طعم دار شوند. کره ذوب شده را با آب لیموترش و فلفل سیاه مخلوط می‌کنیم و با برس روی بلال‌ها می‌مالیم. در پایان بلال‌ها را به صورت داغ سرو می‌کنیم.



### روز جهانی فلافل (۱۴۰۰/۰۳/۲۲)

فلافل از گلوله سرخ‌شده نخود و ادویه‌های خاص تهیه می‌شود. این غذا در خاورمیانه و به‌ویژه اهواز، شیراز، آبادان و بندرعباس زیاد استفاده می‌شود. واژه فلافل برگرفته از کلمه «فلفل» است. این غذای بدون عارضه در اوایل قرون وسطی که خوردن گوشت ممنوع بود، جایگزینی برای پروتئین‌های حیوانی شد. مبنای این غذا، نخود پخته شده است که به حالت پوره خرد شده و خمیر غنی از پروتئین‌های گیاهی درآمده و سپس انواع ادویه‌ها به آن اضافه می‌شود. نخود سرشار از پروتئین و کربوهیدرات و ماده اصلی در رژیم گیاه‌خواران در سراسر جهان است. نخود مجموعه کاملی از اسیدهای آمینه ضروری و عناصر کمیاب مانند منگنز، مس، آهن، سدیم، کلسیم و منیزیم را برای بدن فراهم می‌کند و منبع غنی از ویتامین‌های گروه B است. فیبر نخود به ارتقای سلامت دستگاه گوارش کمک می‌کند و ریسک ابتلا به بیماری‌های قلبی و سرطان روده را کاهش می‌دهد. فلافل غذایی عاری از گلوتن و لبنیات و انتخاب مناسبی برای بسیاری از رژیم‌هاست. این غذا در روغن زیاد به صورت غوطه‌ور سرخ می‌شود که همین کار به طور چشمگیر کالری و چربی آن را افزایش می‌دهد.



### روز جهانی سبزیجات تازه (۱۴۰۰/۰۳/۲۶)

مصرف روزانه سبزی‌ها ضامن سلامتی شخص است. مقدار سبزی‌های موردنیاز بدن با توجه به هرم راهنمایی غذایی به‌طور کلی روزانه ۲۰۰ گرم است. سبزی‌های برگ‌سبز از ارزش غذایی بسیار بالایی برخوردار بوده و حاوی فیبر، کاروتنوئیدها، ساپونین‌ها، لوئتین و فلاونوئیدها هستند. سبزی‌های قرمز رنگ مانند گوجه‌فرنگی، هندوانه و کلم بنفش دارای انواع فیتو کیمیکال‌ها و سبزی‌های نارنجی مانند هویج و کدو تنبل دارای بتاکاروتن هستند. سبزی‌ها دارای کالری پایین بوده و حجیم و سیرکننده هستند. برعکس میوه‌ها، سبزی‌های تازه، قند بسیار کمی دارند. چربی موجود در سبزی‌ها بسیار پایین و فاقد کلسترول است. سبزی‌های تازه دارای سدیم بسیار پایینی هستند. در سبزی‌های گوناگون انواع ویتامین و ماده معدنی یافت می‌شود که بدن نیازمند آن‌هاست. سبزی‌های تازه و پخته‌نشده، مغذی‌ترین شکل سبزی‌ها هستند. سبزی‌هایی که سطح بالایی از ویتامین‌های B و C را در خود دارند، بهتر است به‌صورت تازه مصرف شوند؛ زیرا این ویتامین‌ها محلول در آب هستند و این یعنی ممکن است حین پخت از آن ماده غذایی خارج شوند؛ ولی کیفیت غذایی سبزی‌های تازه در مقابل سبزی‌های خام بر حسب نوع سبزی‌ها متفاوت است.





# فارس فارس ممتاز



۰۷۱-۳۷۲۰۶۰۷۹ • ۰۷۱-۳۷۲۴۳۰۰۱ • ۰۷۱-۳۷۲۰۹۰۰۹

kiyan\_plastic

۰۹۱۷۸۰۳۲۵۰۰

www.farsmomtaz.ir

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

فارس . شیراز . شهرک صنعتی بزرگ . میدان کوشش

بلوار کوشش شمالی . میدان اندیشه . بلوار فن آور

خیابان ۹۰۲ . مجتمع پروین نیا





## برسام پخش نمونه پارس

- ◀ نمایندگی انحصاری محصولات ماه راد در استان فارس
- ◀ نمایندگی محصولات میامی در شیراز و بندرعباس
- ◀ نمایندگی انحصاری نامی نو در استان فارس

نان خرمایی دیار

پنیرلیقوان آذرلبن

نمایندگی فروش

زیتون شور و پرورده

پنیرپیتزا صمیم قوچان



☎ ۰۷۱ - ۳۷۴۳۰۴۲۴  
 ☎ ۰۷۱ - ۳۷۴۳۰۴۲۹  
 📞 ۰۹۱۷۳۱۶۹۰۲۹  
 📞 ۰۹۱۷۹۱۰۲۵۶۴

📍 فارس . شیراز . بلوار ابوذرغفاری  
 خیابان کار . کوچه ۲ . درب دوم . سمت چپ  
 ✉ namino.fars@gmail.com





شرکت قند

# عقیقا درفشان

تولید کننده قند کله پخته شده  
و بسته بندی قند و شکر



فارس . شیراز . شهرک صنعتی بزرگ . بعد از  
میدان الکترونیک (ششم) . خیابان الکترونیک  
خیابان کاوش . خیابان ۴۳۰ . قند لابیت  
☎ ۰۹۱۷ ۳۱۱ ۴۲۱۸ 📞 ۰۷۱ - ۳۷ ۷۳ ۱۰۸۸

شرکت پخش

# سپیددانه

پخش محصولات سپیددانه

فارس، شیراز، بلوار ابوذر غفاری، خیابان کار، فرعی ۹

☎ ۰۷۱-۳۷۴۳۲۵۵۵

📞 ۰۹۱۷۷۸۹۵۳۷۰

🌐 SEPIDDANEH.COM

📷 SEPID\_DANEH







## مروارید تجارت عصر نوین پارس



سه نان



روزانه



مهگل



### نمایندگی انحصاری محصولات

بل روزانه . بهینه ذرین . سه نان در استان فارس



morvarid.tan@gmail.com

۰۷۱ - ۳۶ ۲۲ ۰۰ ۵۸ - ۹

۰ ۹ ۱ ۷ ۳ ۰ ۷ ۹ ۶ ۳ ۱

فارس . شیراز . بلوار دکتتر حسابی . ۵۰ متر بعد  
از ورودی شهرک قصر قمشه . جنب انبار دیجی کالا  
دفتر مرکزی:  
فارس . شیراز . بلوار معالی آباد . خیابان دنا . پلاک ۷۳



# شرکت هیواتجارت کیمیا

نماینده فروش محصولات

پارمیدا..... برنوتی..... مرداس..... کیمدی  
برلیان..... شهدبهار..... دریکا..... ژل ژله

با ۱۰ سال سابقه کار

در ۳ استان فارس، بوشهر و کهگیلویه و بویر احمد

فارس . شیراز . بلوار میرزای شیرازی غربی (تاچارا)

نیش کوچه ۲۵ . طبقه فوقانی گل کاکتوس

۰۷۱ - ۳۶۲۴۰۶۳۳

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

[hivatk1@gmail.com](mailto:hivatk1@gmail.com)

[hiva.pakhs](https://www.instagram.com/hiva.pakhs)

  
هیواتجارت کیمیا

Hiva Tejarat Kimiya.co





**Shiraz Osareh nab Manufacturing  
and Cultivating Complex**

**رضایت، انتخاب با درایت**



**مجمع 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**





تولید کننده انواع مرباجات و شربت آلات



### نام های تجاری

پاراو

شهدآگین

ماه پاره

به آرا

فارس. شیراز. شهرک صنعتی آب باریک. خیابان مینا. درب دوم  
واحد بازرگانی خانم نیرومند ۰۷۱-۳۲۶۰۲۱۱۸  
۰۹۱۷۰۶۰۷۷۷۳ ۰۷۱-۳۲۶۰۲۱۸۰





قهوه ناب  
همراه تدبیری لحظاتی ناب

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

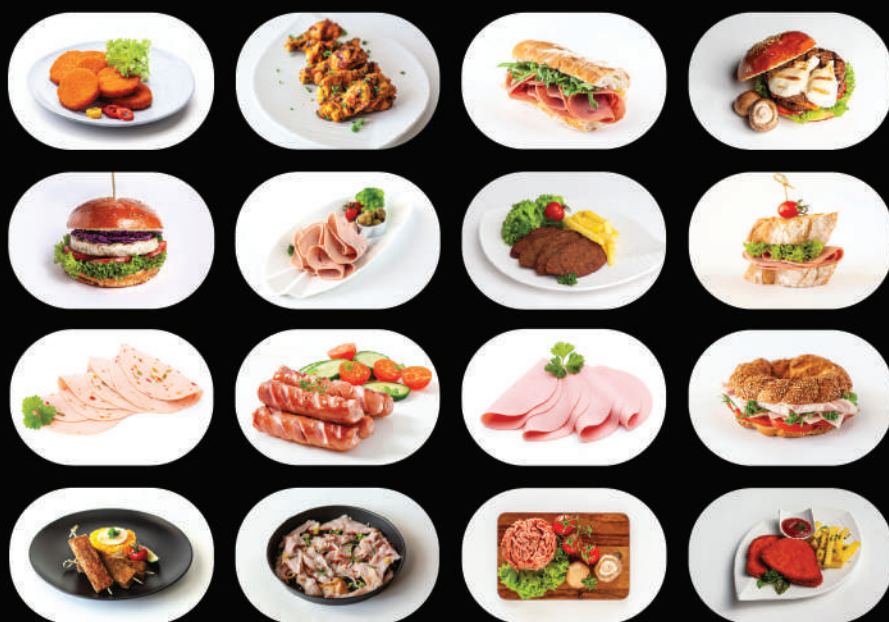
بیش از ۲۰ نمونه لاین دانه سبز قهوه

# واردات فرآوری

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

☎ Sales.NaabCoffee

شماره تماس: ۰۷۱ - ۳۲۳۰۸۵۴۱، ۰۹۳۸۱۹۷۱۰۰۳



هر روز را زندگی کن  
LIVE EVERY DAY

☎ SADAK.CO.IR   📱 SADAK.SHIRAZ   @ SADAKCOMPANY@GMAIL.COM   📞 +98 71-37743852-3   📠 +98 71-37742401-2  
TOP PRODUCER OF MEAT PRODUCTS HEALTHY FOOD HEALTHY SOCIETY  
شیراز - شهرک صنعتی بزرگ - بلوار پژوهش شمالی - خیابان ۳۰۲ - فرآورده های گوشتی صدک