

تولید کننده

• شوربجات • ترشیجات • رب گوجه فرنگی

واحد برتر اداره نظارت بر مواد غذایی
دانشگاه علوم پزشکی شیراز در سال ۱۳۹۴



Haft Setareh



میرتولام
09171011543

کارخانه : فارس . کیلومتر ۹۵ جاده شیراز - اصفهان . مقابل همت آباد
تلفکس: ۰۷۱ ۴۳۵۸۷۱۳۲ تلفن ارتباط با مشتری: ۰۸ ۳۵۰۸ ۱۳۷ ۹۱۷
کد USSD: *۶۶۵۵*۷۰۰۷# www.haftsetarehfoods.ir



محصولات غذایی مدیر

کارخانه

بسته بندی مواد غذایی

مدیران ره کوش غرب آسیا

عرضه کننده انواع خشکبار، میوه خشک،
صیغیجات خشک، دانه های خوراکی
و سبزه خشک

مدیر
ندبیر
سلامتی

تلفن کارخانه :

۰۷۱۳۷۷۴۰۳۲۳

تلفن ارتباط با مشتری: ۰۹۱۷۷۶۶۳۴۸۰

آدرس: فارس ، شیراز ، شهرک صنعتی بزرگ ، میدان پنجم
بلوار پژوهش شمالی، خیابان ۳۰۲ ، سمت چپ پلاک دوم

محصولات صنایع غذایی مدیر، تهیه شده در بسته بندی های

متنوع از جمله پاکت های زیپ دار متالایز

جهت سهولت در استفاده و پلمپ مجدد

به منظور جلوگیری از ورود رطوبت و هوا

آماده عرضه به مشتریان عزیز می باشد.



غلامی برادران

ترمیغال ضبط پسته

BARADARAN GHOLAMI PISTACHIO



فارس . شیراز
کیلومتر ۵۵ جاده شیراز - سروستان
روستای کوهنجان
۰۹۱۷ ۷۳۶ ۲۰۰۴
۰۹۱۷ ۵۸۱ ۵۴۷۳

ISTACHI 

شرکت راهبران آوای تولید پویا



پروتوژل

MILK PROTEINS COMPOSITION

لاکتوژل

YOGHURT TEXTURE IMPROVER POWDER

پویاژل

تولید کننده انواع پروتئین های ترکیب شده صنایع غذایی
پایدارکننده ها، استابلایزرها، امولسیون کننده ها، قوام کننده ها
و هیدروکلوئیدهای غذایی، طعم دهنده ها، بهبود دهنده ها
پودرهای آماده مصرف صنایع غذایی و پوشش دهنده ها می باشند.



RAHBARAN TOLID

www.rahbarantolid.com
sales.ratpco@gmail.com

فارس . شیراز . شهرک صنعتی بزرگ
بعد از میدان الکترونیک . خیابان علوم . خیابان ۴۲۶
۰۷۱ - ۳۷۷۴۵۱۲۵ ۰۷۱ - ۳۷۷۴۵۳۲۵
۰۹۱۷۰۲۳۳۳۹۵





شرکت روغن نباتی شیراز

نرگس
شیراز



دفتر مرکزی: تهران . میدان هفت تیر

خیابان قائم مقام فراهانی نبش فجر پلاک ۶۵

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۳۰۸۱۰-۱۱

فکس: ۰۲۱-۸۸۳۰۷۴۵۴

کارخانه: شیراز . بلوار هفت تنان . خیابان چهل مقام

تلفن: ۰۷۱-۳۲۲۵۸۲۵۴-۵ فکس: ۰۷۱-۳۲۲۵۹۲۶۵





Namzad

Food producers

شرکت دیباچین شیراز



فارس . مرودشت . کیلومتر ۷۵ جاده شیراز-اصفهان(سیوند)
تلفن: ۰۷۱ - ۴۳۴۷۵۴۱۰ / همراه: ۰۹۱۷۷۰۵۳۴۸۲

فارس گلوکوزین

FARS GLUCOSINE



تولید کننده
انواع نشاسته
خوراکی، صنعتی
و گلوتن



۰۷۱۵۸۶۰۷۱۹۸
۰۹۳۳۲۸۲۲۲۹۷

کیلومتر ۵۶ جاده قدیم
شیراز - سعادت شهر
مقابل سه راه اول ارسنجان



لقمک گوشت جنوب

شرکت فرآوردهای گوشتی



تولیدکننده

- همبرگر ۶۰ درصد
- همبرگر ۸۵ درصد
- همبرگر ۳۰ درصد گوشت قرمز
- کباب لقمه ۳۰ و ۷۰ درصد گوشت

فارس، کیلومتر ۲۴ جاده شیراز - مرودشت
مقابل فرودگاه زرقان اولین فرعی
بعد از نمایندگی سایپا
۰۹۱۷ ۳۱۵ ۷۲۰۸ / ۰۹۱۷ ۱۱۸ ۱۷۴۱

Loghmak Goosht

ماست همزده ایلون



با من باش، سالم باش

لبنیات مانی ماس
manimasdairy

شرکت شیر پاستوریزه ارمغان
www.manimas.ir



سخن سر دبیر

عبدالرضا دبیاری

شرکت‌های دانش بنیان و صنایع غذایی

همزمان با پیشرفت علم و تکنولوژی، دانش پزشکی و نظام سلامت نیز به پیشرفت‌های خیره‌کننده‌ای دست یافته‌اند. این دستاوردها به پیشگیری و کنترل بیماری‌های مختلف منجر شده و باعث افزایش امید به زندگی در جوامع انسانی گردیده است و کاهش مرگ و میر بر اثر شیوع و پاندمی بیماری‌های مختلف و افزایش جمعیت انسان‌ها را به دنبال داشته است.

اگر بپذیریم که منابع کره‌خاکی محدود است و این سیاره برای تأمین غذای مورد نیاز ساکنان خود، روز به روز فشار بیشتری را از سمت انسان‌ها تحمل می‌کند، آنگاه در می‌یابیم که تأمین غذا برای این حجم از انسان‌ها با منابع محدود، یکی از چالش‌های عمده بشر و علم کشاورزی می‌باشد و لازم است برای دستیابی به تولید مواد غذایی بیشتر، از روش‌های جدید و تکنولوژی روز دنیا در کشاورزی استفاده شود. امروزه در اکثر کشورهای پیشرفته و برای تأمین و پاسخگویی به تقاضای مواد غذایی، از کشاورزی مدرن استفاده می‌شود و اکثر محصولات خوراکی و گیاهی به این روش تولید می‌شوند. به عبارت دیگر این شاخه از کشاورزی در حکم یک اکثریت نجات بخش بشریت عمل نموده و قادر است بدون آسیب رساندن به طبیعت و تخریب آن و تهدید منابع آبی و خاکی، غذای مورد نیاز انسان‌ها را تأمین و تقاضای فزاینده انسان‌ها برای مواد غذایی را پاسخ دهد. پر واضح است که وظیفه تولید و توزیع مواد غذایی برعهده بخشی از صنعت بنام صنایع غذایی است که ویژگی بارز آنها گستردگی و رقابتی بودن آن صنایع است. خوشبختانه در ایران روند رو به رشد صنایع غذایی در مقایسه با سایر صنایع از شتاب مطلوبی برخوردار می‌باشد و تنوع قابل قبولی در تولید انواع محصولات غذایی وجود دارد. فعالان این صنعت در تلاش هستند تا تولیدات خود را با بهترین کیفیت و هزینه مناسب به بازار عرضه کنند.

کشاورزی امروز برای فائق آمدن بر چالش‌های پیش رو، نیازمند بهره‌گیری از دانش تخصصی و فناوری‌های به روز در قالب شرکت‌های دانش بنیان است. شرکت‌های دانش بنیان یا متمرکز بر دانش که دانش و فناوری جزء جدایی‌ناپذیر از دارایی آن‌ها می‌باشد قادر هستند با ترکیب دانش، فناوری و تخصص‌های علمی و پژوهشی در زمینه تولید محصولات غذایی فعالیت کنند.

نگاه به گستره فعالیت شرکت‌های دانش بنیان نشان می‌دهد که این شرکت‌ها علاوه بر حوزه‌های تخصصی از جمله فناوری‌های زیستی در حوزه پزشکی و پژوهش‌های زیست محیطی، کشاورزی و دامی ضمن بهره‌مندی از فناوری‌های نانو به تولید محصولات کاربردی بر پایه این فناوری می‌پردازند و همسو با تحولات در عرصه علم و تکنولوژی، شرکت‌های دانش بنیان نیز در کشف یافته‌ها، رشد و توسعه صنایع مختلف نقش ارزنده‌ای ایفا نموده و صنایع غذایی نیز با ایجاد و گسترش زیست‌بوم فناوری، از دانش، خلاقیت و فناوری‌های موجود در شرکت‌های دانش بنیان بهره‌مند شده و علاوه بر تأمین هرچه بیشتر امنیت غذایی، محصولات رقابت‌پذیری به بازار عرضه گردیده است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که حدود یک چهارم وسعت ایران از آب و هوای معتدل و قابلیت‌های کشاورزی برخوردار است و علی‌رغم این که مساحت زمین‌های قابل کشت ایران به تنهایی بیش از مجموع مساحت برخی از کشورهای اروپایی از جمله آلمان، بلژیک و هلند است اما آنچه در این میان جای بحث دارد اینک این کشورها با وجود کوچک بودن وسعت اراضی با استفاده از روش‌های کارآمد و تکنولوژی روز به بزرگ‌ترین تولید کنندگان برخی محصولات غذایی تبدیل شده‌اند. این موضوع ضرورت حضور و توجه به نقش آفرینی شرکت‌های دانش بنیان را در امنیت غذایی و صنایع غذایی بیشتر هویدا کرده است.

با تأمل در تعداد کارخانه و کارگاه‌های صنعتی فعال در بخش صنایع غذایی و ارزش افزوده‌ای که این واحدهای صنعتی دارند و کمکی که به اقتصاد ملی می‌کنند و با رصد بازار هدف در کشورهای پیرامونی، به روشنی در می‌یابیم که صنایع غذایی کشور از ظرفیت بالایی برای سرمایه‌گذاری و ارتقای ساختار و دانش بنیان شدن برخوردار می‌باشند اما متأسفانه به علت عدم برنامه‌ریزی و توجه به ظرفیت‌های تولید در بخش کشاورزی و میزان ضایعات موجود در این بخش، حدود نیمی از این ظرفیت بلااستفاده مانده و به یکی از چالش‌های صنعت غذای ایران در طول سال‌های گذشته تبدیل شده و بر بهره‌وری این صنعت اشتغال‌زای کشور تأثیر گذاشته است.

هرچند که در زمینه تأمین غذای کشور به جزء چند کالای استراتژیک، سایر نیازها در داخل تولید می‌شود، اما واقعیت این است که در حوزه تکنولوژی غذایی وابستگی‌های بسیاری به خارج از کشور داریم و با توجه به اینکه مسئله تأمین غذا از اهمیت بالایی برخوردار است و نظر به تحریم‌های موجود و نقش مؤثر شرکت‌های دانش بنیان در توسعه صنایع غذایی و سالم‌سازی و تکمیل زنجیره غذایی، لازم است دولت و بخش خصوصی در کنار یکدیگر قرار گرفته و با حمایت از این بخش، زنجیره غذایی سالم را تکمیل و تضمین نمایند.

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

هیات تحریریه:

محمدهادی عسکری، لیلا حقیقت، حسین دشتی

کمیته علمی:

محمدهادی اسکندری، محمدتقی گل‌مکانی، 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 روی وبسایت رسمی انجمن صنفی
کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس به آدرس
www.farsfoodic.ir بارگذاری شده است. برای دریافت آن
می‌توانید فایل نشریه را دانلود کنید.



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 شببانی

دبیر اجرایی: مریم رنجبر

امور پشتیبانی و کنترل کیفیت: دنیا تهمورثی، فرزانه صادق‌زاده

امور مالی: مهدیه کاظمی‌کیا

امور تهیه و تنظیم مطالب: عزرا دبانی

امور آگهی‌ها: فیروزه مرتضوی، زهرا پناهی، ناهید برزو

امور هنری (طراحی و صفحه‌آرایی): فروغ فراغتی، پگاه گودرزی،

افسانه سرائی

نظارت چاپ: محسن پایدار

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: مجتمع چاپ دنیا شیراز

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

تلفکس: ۰۷۱-۳۲۳۶۳۲۵۷-۹

کدپستی: ۷۱۳۴۶-۵۴۱۳۵

ایمیل: www.toseejournals@gmail.com

پایگاه اینترنتی: www.TOSEEADS.com

تلفن تماس جهت هماهنگی درج آگهی و مقاله در نشریه: ۰۹۱۷۰۴۵۷۵۳۹

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 عکاسی صنعتی مواد غذایی

۵۰ انواع تبلیغات محیطی و کاربرد آن در فروش و برندینگ صنایع غذایی

بسته بندی

۶۱ انواع بسته بندی مواد غذایی و مزایا و معایب آن ها

..... بسته بندی مواد غذایی و نکات مهم در اصول بسته بندی مواد

۶۴ غذایی که باید بدانید

۶۶ طراحی بسته بندی جذاب و خلاقانه چه نقشی در تبلیغات دارد؟

تغذیه و سلامتی

۶۸ خواص پروتئین های حیوانی

۶۹ تغذیه برای مشاغل سخت

راهنمای تجارت خارجی

۷۰ لبنان

راهنمای سرمایه گذاری

..... حفظ رتبه دوم در سطح ملی از نظر جذب ماده خام و ظرفیت

۷۹ کارخانجات صنایع کشاورزی فارس

بررسی وضعیت صنایع غذایی و تبدیلی در شهرستان های استان فارس

۸۰ داراب

۸۲ کازرون

اخبار و گزارش ها (فعالیت های جامعه مسوولین)

۸۵ جهانی

۸۶ ملی

۸۷ استانی

تقویم مناسبت های غذایی

۸۸ مناسبت های غذایی فصل بهار - سال ۱۴۰۰

یادداشت ویژه

..... رییس هیات مدیره انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و

۱۱ تبدیلی استان فارس؛ جمال رازقی

۱۲ دبیرکل کانون انجمن های صنایع غذایی ایران؛ رشید عزیزپور

۱۳ عضو هیات مدیره کانون انجمن های صنایع غذایی ایران؛ یونس ژائله

عملکرد انجمن

..... عملکرد انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان

۱۵ فارس - سه ماهه چهارم سال ۱۴۰۰

گفت و گو با مدیران

۱۷ رییس پارک علم و فناوری استان فارس؛ دکتر امین رضا ذوالقدر

گفت و گو با تولیدکنندگان نمونه

..... مدیرعامل شرکت ستاره یخی آسیا (ب.آ)؛ واحد نمونه استانی

۱۹ روز جهانی استاندارد سال ۱۴۰۰

..... مدیرعامل شرکت سپیدان عصاره جنوب؛ صادرکننده نمونه

۲۲ ملی سال ۱۳۹۹

..... مدیرعامل محترم شرکت تکچین بهاران؛ صادرکننده نمونه

۲۴ استانی سال ۱۳۹۹

پایش محصول

۲۹ خشکبار و حبوبات

علوم و صنایع غذایی (مقالات تخصصی)

..... استفاده از اثر پپتیدهای زیست فعال مشتق شده بر آنزیم های

۳۹ آلفا آمیلاز و آفاگلوکوزیداز لیباز در درمان بیماری های متابولیک

۴۱ تولید کفیران و اثر تغذیه ای و رنولوژی آن در فرآیندهای غذایی

قوانین کسب و کار

۴۴ حقوق شرکت ها - فصل سوم (بخش دوم)

در همه ابعاد داشته است. طی سال‌های اخیر تعداد مقررات فنی و استانداردهایی که از سوی کشورها تهیه، تصویب و به اجرا درآمده، افزایش یافته است. هدف کلی از اجرای استاندارد مواد غذایی؛ به عنوان یکی از صنایع پیشرو در استان و کشور، تضمین سلامت و ایمنی مواد غذایی در مراکز تهیه، توزیع، فروش و حمل و نقل و عرضه در راستای توسعه این بخش است.

تدوین و تکمیل استانداردهای لازم به صورت مجموعه قوانین معتبر به مشورت‌های گسترده، جمع‌آوری و ارزیابی اطلاعات، پیگیری برای تأیید نتایج نهایی و تطبیق و مصاحبه بی‌طرفانه برای رسیدن به اجماع در نظرهای علمی موثق نیاز دارد. در کشور دو سازمان ملی استاندارد و غذا و دارو متولی این حوزه هستند که در بسیاری موارد وظایف این دو سازمان با یکدیگر هم‌پوشانی دارد. به‌رغم آنکه استانداردهای خوبی در این حوزه وضع شده است، اما در ورطه اجرا به دلیل نبود متولی واحد تولیدکنندگان دچار سردرگمی شده و فرایند اخذ مجوزها بعضاً طولانی می‌شود. نکته دیگر آن است که برخی از استانداردها مربوط به سال‌های گذشته هستند و متناسب با نیاز صنعت به‌روزرسانی نشده‌اند. این موضوع به جهت تطابق با نیاز بازار هدف صادراتی ممکن است توسط کشور مقصد، فاقد صلاحیت اعلام شوند. تعلیق پروانه استاندارد واحدهای تولیدی بر اثر عدم پرداخت هزینه‌های نمونه برداری، تولید را متوقف کرده است. در شرایط سخت اقتصادی پیشنهاد می‌شود در تصمیم‌گیری‌های این‌چنینی، شرایط و اقتضات کشور را در نظر بگیریم. تفویض برخی از اختیارات استاندارد به مراجع استانی جهت بهبود و تسریع امور مربوط، تخصیص سهمیه استانی جهت مشارکت در تدوین استانداردهای بین‌المللی، در نظر گرفتن تسهیلات و اعتبارات جهت دفاتر استانداردسازی، مطابقت استانداردهای ملی با استانداردهای بین‌المللی و اصلاحیه فوری در خصوص استانداردهای ملی پر کاربرد استان با در نظر گرفتن شرایط، از جمله اقداماتی است که می‌تواند فضای کسب و کار این صنعت را جهت تولید محصولات سالم‌تر مساعد کند.

از آنجا که دسترسی به ایمنی غذا بایستی با تلاش همگانی طرف‌های زنجیره تولید غذا صورت پذیرد، در بحث تدوین استانداردهای جدید، توجه به استانداردهای مدون قبلی از این نظر حائز اهمیت است که سبب یکدست‌شدن ساختار و الگوی کلی این استانداردها می‌شود. مجموع این عوامل باعث افزایش سیاست‌های تنظیمی دولت‌ها و در نهایت، افزایش میزان استانداردها و مقررات فنی در سطح ملی خواهد شد.



رئیس انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس

جمال رازقی جهرمی

استانداردهای محصولات غذایی

تضمین کیفیت و سلامت به عنوان مساله‌ای کلیدی برای رقابت در صحنه صنایع غذایی و بقای تولیدکنندگان مواد غذایی حائز اهمیت است؛ بنابراین مدیریت ریسک برای تمامی کسانی که در زنجیره تولید مواد غذایی جهت تضمین کیفیت و سلامت مواد غذایی تلاش می‌کنند و همچنین کسانی که خواستار داشتن حضوری رقابتی در این بازار هستند، از کشاورزان، صیادان و باغداران گرفته تا تولیدکنندگان، فروشندگان، توزیع‌کنندگان و شرکت‌های حمل و نقل و ذخیره مواد غذایی، مهم و کلیدی است. از آنجا که فرایند تولید محصولات غذایی و توسعه زنجیره عرضه آن‌ها روز به روز در حال گسترش است، به نظر می‌رسد استفاده از سیستم‌های سلامت غذایی نقش بسزایی در توسعه پایدار



ایران متحمل تورم سنگین شده و طبق آمارهای رسمی منتشر شده از سوی بانک مرکزی، مرکز آمار و اخیراً وزارت رفاه، وضعیت فقر در خانوارهای کشور به شدت نگران کننده بوده تا جایی که باعث حذف برخی از کالاهای ضروری مردم از سبد مصرف شده است. این موضوع که بر سلامت جمعی مردم اثر گذار است، مطمئناً در آینده نه چندان دور باعث تحمیل هزینه‌هایی به مراتب بیش از پیش برای دولت و سیستم سلامت کشور خواهد داشت.

این فعال اقتصادی با اشاره به اینکه ما در سال‌ها و دوره‌های مختلف این موضوع را بارها و بارها تجربه کرده‌ایم، افزود: تجربه ما در مقاطع مختلف نشان داده است که فساد و رانت در دوره‌هایی که ارز به صورت چندنرخ عرضه می‌شده، به شدت افزایش پیدا کرده است و بهرغم تلاش‌ها هیچ‌گاه نتوانسته‌ایم با فساد حاصل از این موضوع برخورد کنیم. عزیزپور با اشاره به تأثیرات ارز چندنرخ به بازار ادامه داد: در سال‌های گذشته ما یارانه بسیار بالایی را از بودجه دولتی برای ارز ارزان قیمت در بازار کالاهای اساسی هزینه کرده‌ایم تا مابه‌التفاوت قیمت به عنوان سوبسید یا یارانه به دست مردم برسد و در واقع کالاهای اساسی با قیمت پایین تری به سفره مردم بیاید؛ اما در عمل اتفاقی که افتاده، کاملاً مغایر با این هدف بوده است.

این فعال اقتصادی ادامه داد: با وجود اینکه هدف نهایی این بوده که در باره برخی کالاهای خاص از جمله کالاهای ضروری، تأثیر تورم حاصل بر قیمت این کالاها را کنترل کنیم، اما متأسفانه هیچ وقت این اتفاق به صورت پایدار رخ نداده است. عزیزپور در ادامه افزود: البته در ابتدا ممکن است این کار باعث کاهش قیمت واقعی برخی از کالاها نسبت به نرخ دلار شود؛ اما در ادامه مشکلات بزرگ و اساسی ایجاد شده و به طور ویژه باعث ایجاد فساد و رانت خواهی در این حوزه شده است. عزیزپور در ادامه با تأکید بر اینکه ارز چندنرخ شاه‌بیت فساد در اقتصاد کشور است، تصریح کرد: به همین دلیل است که تأکید داریم چندنرخ بودن ارز مساوی است با رانت، فساد و نابرابری اقتصادی و عدم تأثیر مطلوب بر مصرف کننده و تولید کننده. او با تأکید بر اینکه یکی از شعارهای اصلی دولت جدید که به عنوان هدف اصلی دولت از آن یاد می‌شود، مبارزه با فساد است، افزود: از تیم اقتصادی دولت انتظار داریم در این خصوص با توجه به تجربه‌های سال‌های گذشته و مطالعات گسترده‌ای که تاکنون انجام شده است، به حذف یکی از بزرگ‌ترین شکاف‌های فساد در اقتصاد اقدام کنند و آن را به حداقل برسانند.



دبیرکل کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران

رشید عزیزپور

ارز چندنرخ شاه‌بیت فساد در اقتصاد

اقتصاد کشور ما در ماه‌ها و سال‌های گذشته با مشکلات و معضلات فراوانی دست به گریبان بوده است. به اعتقاد دبیرکل کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران یکی از بزرگ‌ترین و بحث‌برانگیزترین معضلات، چندنرخ بودن ارز است که خروجی آن فساد و پرونده‌های نجومی مفتوح با رقم‌های باورنکردنی است که از رانت چندنرخ بودن ارز تشکیل شده است.

به گزارش «پایگاه خبری کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران»، اقتصاد کشور ما در ماه‌ها و سال‌های گذشته با مشکلات و معضلات فراوانی دست به گریبان بوده است. در این میان یکی از بزرگ‌ترین و بحث‌برانگیزترین معضلات، چندنرخ بودن ارز است که خروجی آن فساد و پرونده‌های نجومی مفتوح با رقم‌های باورنکردنی است که از رانت چندنرخ بودن ارز تشکیل شده است. در اینکه ارز چندنرخ از مهم‌ترین مبادی رانت و فساد در اقتصاد است، شکی وجود ندارد؛ اما در ماه‌های گذشته و خروج برخی از کالاهای اساسی از لیست ارز دولتی ارزان قیمت به گرانی‌های گسترده‌ای منجر شده است؛ به همین علت برخی از کارشناسان اقتصادی همچنان تخصیص ارز ارزان قیمت دولتی (ارز ۴۲۰۰ تومانی) به کالاهای اساسی را از واجبات این روزهای سخت اقتصادی می‌دانند.

در این ارتباط رشید عزیزپور، دبیرکل کانون انجمن‌های صنایع غذایی، با تأکید بر اینکه یکی از راه‌حل‌های اساسی برای بازگشت اقتصاد کشور به ریل مطلوب، حذف ارز چندنرخ است، گفت: مسلمان در چندنرخ بودن نرخ ارز، چیزی به جز رانت و فساد وجود ندارد.

او با بیان اینکه مهم‌ترین مشکلی که نظام چندنرخ ارز ایجاد می‌کند، رانت پاشی است، ادامه داد: این بدان معنی است که تازمانی که سیستم با ارز چندنرخ اداره می‌شود و چندنرخ برای ارز وجود دارد، نمی‌توان ادعا کرد که قرار است با فساد مبارزه کنیم. همان‌گونه که تجربه نشان داده است، چندنرخ ارز در اقتصاد به ایجاد رانت برای واسطه‌ها و دلال‌ها منجر می‌شود و هرچقدر هم تفاوت نرخ‌ها بیشتر شود، این رانت گسترش پیدا می‌کند و فساد حاصل از آن عمیق‌تر شده و خروج از آن سخت‌تر خواهد بود. متأسفانه در سال‌های اخیر، رانت و فساد تقریباً در حال سیستماتیک شدن است. او با اشاره به اینکه دولت‌ها و مسئولان در حالی مدعی کنترل بازار با ارائه چندین نرخ ارز هستند که عملاً سیاست‌های ارزی نتوانسته است هدف‌ها را محقق کند، گفت: در چند سال اخیر اقتصاد

یک خط دریایی دور قاره آفریقا ایجاد کنیم و در نتیجه زمانی که باید کالایی به این قاره صادر کنیم، لازم است کالا را به کشور ثالثی بفرستیم که هزینه‌ها را افزایش می‌دهد. مقاصد حمل‌کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران نیز بسیار محدود بوده و حمل با تأخیر انجام می‌شود که مشکلات جدی به‌بار می‌آورد.

موضوع دیگر بازگشت ارز صادرات به کشور است. تحریم‌ها بازگشت ارز ناشی از صادرات را سخت کرده و در عین حال باعث شده بازگشت ارز با هزینه‌های بالایی همراه شود. در نتیجه نقدینگی و ارز به‌موقع تأمین نمی‌شود و نمی‌توان به تناسب آن مواد اولیه تأمین کرد. علاوه بر این موارد، مشکلاتی هم در حوزه داخلی وجود دارد؛ به‌عنوان نمونه بور و کراسی‌های اداری، مشکلات گمرکی، حواله‌ها، گشایش اعتبارات، تأمین ارز از طریق بانک مرکزی و... همگی کار را برای فعالان صنعتی در حوزه صادرات سخت کرده است.

با توجه به تمام این موضوعات، دولت باید راه‌حل‌های متناسب و متناظری را به کار بگیرد. به‌عنوان مثال در حوزه حمل‌ونقل دولت باید یک خط کشتیرانی اختصاصی ایجاد کند؛ حتی اگر هزینه نیز داشته باشد. این موضوع باعث نظم و روال در حوزه تأمین کالا توسط شرکت‌ها و ارسال به‌موقع محصولات و با هزینه‌های پایین‌تر و سریع‌تر می‌شود که این یک سرمایه‌گذاری است و متاسفانه از توان حوزه بخش خصوصی خارج است و باید دولت این سرمایه‌گذاری را ایجاد کند و آن را به‌عنوان یک استراتژی در حوزه بین‌الملل باید بپذیرد و بداند که حضور در بازارهای جهانی و صادرات محصول به کشورهای دیگر از نظر امنیت اقتصادی برای کشور خودمان یک ضرورت است و به همین دلیل این نوع سرمایه‌گذاری‌ها کاملاً توجیه‌پذیر است.

راه‌حل دیگر برای عبور از چالش‌های ذکرشده تأمین به‌موقع و کافی نقدینگی برای حوزه صادرات است. هر چند تحریم‌ها مشکلات زیادی را در این مسیر ایجاد می‌کنند، اما دولت هم باید در مسیر تأمین نقدینگی ارزی به شرکت‌ها کمک کند. ارزی که برای واردات مواد اولیه و ماشین‌آلات بسیاری از صنایع اهمیت وافر دارد.

موضوع آموزش و بهره‌مندی از نیروهای متخصص نیز در این حوزه بسیار اهمیت دارد، چراکه متاسفانه مشکلات ناشی از کمبود کارشناسان صادرات و تجارت بین‌الملل که هم دارای مهارت‌های تجاری و مذاکرات بوده و به زبان خارجی مورد کاربرد در بازارهای هدف آشنایی مناسب داشته باشند، کاملاً محسوس است. در عین حال، نیازمند مراکز حمایتی و تخصصی تجاری در داخل کشور و نیز بازارهای هدف و تقویت تشکل‌های تخصصی داخلی و ارتباط مستمر و مؤثر با تشکل‌های توانمند اقتصادی بازارهای هدف هستیم و البته باید در این حوزه‌ها برنامه و استراتژی‌های جامعی در نظر



عضو هیات مدیره کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران

یونس ژائله

نکته‌های صادراتی برای شرکت‌های ایرانی

فتح یک بازار در حوزه خارجی تلاش‌ها و برنامه‌ریزی‌های خاص خود را دارد، اما اینکه آیا صادرکننده بتواند به تعهدات خود به‌خوبی عمل کند یا ریسک‌های حاکم بر بازار را بپذیرد و برای آنها برنامه‌ریزی کند، شرایط ویژه خود را می‌طلبد. برای این منظور باید مشکلات شناسایی و برای عبور از آنها راهکارهای مناسب ارائه شود. موضوع حضور در بازارهای بین‌المللی یکی از موضوعات مهم در حوزه بازرگانی خارجی محسوب می‌شود، اما فعالان حوزه صادراتی به خوبی واقفند که از آن مهم‌تر، پایداری در حضور در بازارهای بین‌المللی است. فتح یک بازار در حوزه خارجی تلاش‌ها و برنامه‌ریزی‌های خاص خود را دارد، اما اینکه آیا صادرکننده بتواند به تعهدات خود به‌خوبی عمل کند یا ریسک‌های حاکم بر بازار را بپذیرد و برای آنها برنامه‌ریزی کند، شرایط ویژه خود را می‌طلبد. برای این منظور باید مشکلاتی که در مسیر صادرات وجود دارند شناسایی و برای عبور از این چالش‌ها راهکارهای مناسب و متناسب ارائه شود.

بحث اول و مهم در حوزه صادرات موضوع حمل‌ونقل است. هزینه حمل‌ونقل یا امکانات مربوط به آن (به‌عنوان نمونه استفاده از کانتینرهای یخچال‌دار یا حمل‌ونقل از کانال هوایی یا کشتیرانی و...) قدرت رقابت را برای کشور ما و شرکت‌های ایرانی رقم می‌زند، زیرا سایر کشورهای هم‌جوار و ادوات بین‌المللی خود را به حدی رسانده‌اند که هزینه‌های حمل‌ونقل برای آنها به‌شدت رقابتی است و این موضوع رقابت را برای مادر قبال این شرکت‌ها سخت کرده است و به همین دلیل نیازمند آن هستیم که در مسیر رقابتی کردن حمل‌ونقل تدابیری اندیشیده شود.

موضوع دیگر هم مساله تحریم است که فشارهای زیادی را بر حوزه صادرات ایجاد می‌کند؛ در نتیجه باعث می‌شود به راحتی و با هزینه پایین بتوانیم از ظرفیت‌های حمل‌ونقل ریلی استفاده کنیم. در توضیح این موضوع باید گفت، کشور ما سررشته حمل‌ونقل ریلی چه از مسیر شمال به جنوب و چه شرق به غرب است و اگر می‌توانستیم از این ظرفیت استفاده کنیم توسعه زیادی را در این بخش می‌توانستیم تجربه کنیم. در حوزه حمل‌ونقل دریایی نیز متاسفانه آن پیشرفتی که انتظار می‌رفت حاصل نشده است. به‌عنوان نمونه نتوانسته‌ایم

گرفته شود.

باید برای تسهیل حضور و بازاریابی شرکت‌های ایرانی در بازارهای بین‌المللی و نمایشگاه‌های مربوطه تمهیدات و تسهیلات لازم را فراهم آورد.

در شرایط فعلی که برخی افراد و تجار ایرانی یا خارجی محصولات ایرانی را به ریال خریداری و صادر کرده و در ازای بازگشت ارز تعهدی ندارند، عرصه رقابت را بر فعال اقتصادی و به‌ویژه تولیدکننده‌ای که ناچار به رعایت قوانین بوده و محصولاتش را با نرخ ارزی فروخته و ملزم به بازگشت ارز حاصل از صادرات خواهد بود، به شدت تنگ کرده‌اند. آن‌هم در بازاری که تغییرات مداوم رو به تزاید نرخ ارز تعیین و تثبیت قیمت را برای اعلام به مشتریان با چالش جدی مواجه کرده است. موضوعات دیگر همچون مباحث بیمه‌ای، برنامه‌ریزی برای کاهش بوروکراسی اداری در حوزه گمرکات و... نیز وجود دارند که همگی باید

توسط دولت تسهیل شوند.

در پایان باید گفت ورود به بازارهای تجاری اولاً نیازمند یک استراتژی حساب شده است و در کنار آن به راهبردهای مؤثر و تجربه‌شده نیازمندیم. به‌عنوان مثال برای هدف‌گیری یک بازار باید شرکت‌هایی که به این بازار علاقه‌مند هستند در کنار یکدیگر قرار بگیرند و برای این منظور نیاز داریم تا شرکت‌های موفق و شناسنامه‌دار شناسایی شوند و در کنار هم گرد آمده و برای کسب بازار مذکور تقسیم کار کنند و به تعهدات خود پاسخگو باشند تا برای کشور و سایر شرکت‌ها خوشنامی به بار آید. ضرورت دارد که همراهی و پشتیبانی اطلاعاتی از این شرکت‌ها از طریق سفارتخانه‌ها و نهادهای دولتی صورت بگیرد و حمایت‌های لازم و پیگیری برای توسعه تعاملات بین‌المللی با سایر کشورها و حضور در پیمان‌های اقتصادی منطقه‌ای و نیز تدارک توافقات مربوط به برقراری تعرفه‌های ترجیحی ضامن منافع اقتصادی ملی نیز در دستور کار این نهادها قرار بگیرد تا بتوان از همه این ظرفیت‌ها برای پیشبرد اهداف صادراتی کشور و ایجاد امکان حفظ و توسعه تولید ملی استفاده کرد



عملکرد انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس (سه ماهه چهارم سال ۱۴۰۰)

۰۱ بنا به درخواست جامعه مسئولان فنی به منظور اصلاح حقوق و مزایای مسئولان فنی در واحدهای تولید مواد غذایی در مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۱۹ با حضور هیئت مدیره انجمن در خواست فوق مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت. با توجه به اینکه تورم اقتصادی منجر به کاهش قدرت خرید همه اقشار جامعه، خصوصاً ناظران حوزه سلامت و بهداشت مواد غذایی شده است و از طرفی عملکرد بهینه این قشر شدیداً متأثر از اوضاع کلی معیشت و درآمد آن هاست، لذا از مدیران واحدهای تولیدی خواسته شد در صورت امکان به منظور افزایش دریافتی حقوق و مزایا اقدام لازم را به عمل آورند.

۰۲ با توجه به درخواست کانون انجمن‌های صنفی کارفرمایی استان فارس مبنی بر معرفی دونفر از اعضا به هیئت مدیره به عنوان بازرس و نماینده انجمن صنفی کارفرمایی استان فارس در کانون انجمن‌های صنفی دونفر از اعضای هیئت مدیره به این کانون معرفی شد.

۰۳ تشکیل جلسه‌هایی در خصوص کمبود روغن با مسئولان ذی ربط

۰۴ در پی بالا رفتن قیمت مرغ مصرفی واحدهای فرآورده‌های گوشتی و کمبود آن در بازار و به منظور تأمین مرغ مورد نیاز این واحدها، در خواست انجمن و تعیین سهمیه مرغ به منظور مصرف ماهانه آن به سازمان جهاد کشاورزی ارسال و پیگیری‌های لازم نیز انجام شد.

۰۵ با توجه به وقفه‌ای که در خصوص تحویل سهمیه شکر و روغن به واحدهای تولیدی صنایع غذایی ایجاد شده بود، این انجمن طی تماس‌های



کارفرمایی طی ارسال نامه اعتراض آمیز نسبت به افزایش گازبها به استانداری استان خواهان اتخاذ تصمیم‌هایی به منظور تعدیل آن شد.

مکرر با سازمان جهاد کشاورزی و ارسال لیست واحدهای تولیدی که میزان مصرف آن‌ها در این لیست قید شده بود، پیگیری‌های لازم به عمل آمد و سهمیه خود را دریافت کردند.

۵۷ با تغییراتی که در سیاست اقتصادی دولت سیزدهم پدید آمد، تولیدکنندگان را موظف کرد که می‌بایست قیمت تمام شده با احتساب سود بر روی کالاهای تولیدی طی نامه‌ای به کلیه واحدهای تولید مبنی بر درج قیمت تمام‌شده اطلاع‌رسانی شد.

۵۶ در سال ۱۴۰۰ شرکت گاز طی اطلاعیه‌ای اعلام کرد که قیمت گاز مصرفی واحدهای تولیدی افزایش یافته است و این افزایش قیمت برای واحدها چند برابر میزان مصرف سال‌های قبل بود؛ لذا انجمن صنفی

گزارش عملکرد نماینده انجمن صنفی کارفرمایی در کمیته فنی قانونی معاونت غذا و دارو

با توجه به اینکه صدور، تمدید و لغو پروانه‌های ساخت شرکت‌های تولیدی و ظرفیت خالی و آلاینده‌ها در این کمیته مطرح شد، پس از بحث و بررسی مورد موافقت و به شرکت‌ها اعلام گردید.

۵۱ تعداد صدور و تمدید پروانه‌های ساخت به تفکیک در سه‌ماهه آخر سال ۱۴۰۰

کل	تمدید	صدور	سال ۱۴۰۰ سه‌ماهه آخر
۱۴۴	۳۴	۱۱۰	دی
۱۳۹	۴۵	۹۴	بهمن
۱۹۴	۴۰	۱۵۴	اسفند
۴۷۷	۱۱۹	۳۵۸	سه‌ماهه

۵۲ تعداد استعلام آلاینده‌ها احداث واقع در شهرک صنعتی بزرگ و خارج از شهرک صنعتی

مجموع استعلام‌ها	احداث خارج از شهرک صنعتی	احداث در شهرک صنعتی بزرگ	سال ۱۴۰۰ سه‌ماهه آخر
۱۳۴	۹۸	۳۶	دی
۱۱۵	۹۳	۲۲	بهمن
۱۳۶	۱۰۰	۳۶	اسفند
۳۸۵	۲۹۱	۹۴	کل سه‌ماهه



- افزایش قدرت رقابت و رشد صنایع متکی بر دانش کمک به جذب سرمایه گذاری خارجی و جذب دانش فنی
- تقویت ساختارهای حمایتی از مؤسسات دانش محور
- برقراری ارتباط با دیگر بخش های تحقیقاتی، صنعتی و اقتصادی
- همکاری برای افزایش توان رقابتی شرکتها در سطح ملی و بین المللی

مراکز تحت پوشش پارک علم و فناوری فارس را معرفی نمایید.

- مرکز رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات
- مرکز رشد نفت، گاز و پتروشیمی
- مرکز رشد کشاورزی، منابع طبیعی و صنایع تبدیلی
- مرکز رشد فناوری جامع
- واحد مؤسسات
- مرکز رشد اقماری (فسا، استهبان، لارستان، جهرم، آباده)

آیا در مجموعه پارک علم و فناوری فارس و مراکز رشد تحت پوشش، شرکت‌های دانش بنیان و استارت آپ هایی در حوزه صنعت غذا فعالیت دارند؟ لطفاً نام ببرید.



دکتر امین رضا ذوالقدر
رئیس پارک علم و فناوری فارس

رسالت راهبردی پارک علم و فناوری فارس را بیان فرمایید.

- بستر سازی و ایجاد زیرساخت‌های لازم جهت رشد، توسعه و ارتقای فعالیت‌های مؤسسات فناورانه تیم‌ها و شرکت‌های مستقر
- جذب متخصصین، نوآوران و مبتکران با اولویت فناوری‌های روز و نیازهای کشور و منطقه

مدیرعامل	ایده محوری	نام شرکت
آرش معصومی	تشکیل بانک ژنم از انواع جلبک های بومی ایران و تولید و فرآوری جلبک اسپرولینا	توسعه ذخایر زیستی جلبک‌های فارس
محمدحسن عبیری	سیستم یکپارچه فناوری فرایندی (حرارت-خلأ) برای تولید محصولات آماده مصرف با ماندگاری بالا (بدون مواد نگهدارنده) فرایندی جدید و نوین از کنسروسازی	رهپویان افق ماندگار
مجتبی زند	میوه خشک و خشکبار فراسودمند	ارشان نگار مهرباب
امین فدایی	تولید نان و فرآورده های بدون گلوتن فراسودمند	فراسودمند مینا تغذیه
اسماعیل ناظری	تولید مارمالاد فراسودمند از میوه‌های شیرین	نوشین شهد جنوب ایرانیان
نرجس خاتون محبی پور	فرآوری و بسته بندی محصولات خرمایی با تمرکز بر قهوه هسته خرما	امید رایان محصولات ایرانیان
سید علی طباطبایی	عصاره گیری و اسانس گیاه اسطوخودوس	عطر پژوهان هفت اقلیم
محمد عادل مرزبان	طراحی و ساخت دستگاه فریز درایر و خشک کن	نانو فناوران صنعت آریو پارس ویرا

صنایع غذایی و آشامیدنی تحت پوشش پارک علم و فناوری فارس فعالیت می‌کند؟ لطفاً توضیحی در مورد توانمندی‌ها، خدمات، فعالیت‌ها و دستاوردهای این مرکز ارائه فرمایید.

بله، مرکز رشد کشاورزی، منابع طبیعی و صنایع تبدیلی شرکت‌های فعال در حوزه صنایع غذایی زیر مجموعه این مرکز رشد هستند که از تمام خدمات ارائه شده در پارک بهره‌مند می‌شوند.

واحدهای تولیدی صنایع غذایی استان فارس در قالب انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس چگونه می‌توانند با پارک علم و فناوری فارس و مرکز رشد تخصصی مربوط همکاری داشته باشند؟

- استقرار واحد تحقیق و توسعه (R&D) واحدهای صنعتی
- برگزاری جلسات با معاونت فناوری و واحد بازاریابی برای آشنایی با فعالیت‌های پارک علم و فناوری فارس
- برگزاری جلسات با شرکت‌های مرتبط برای کمک به بازاریابی بهتر محصولات شرکت‌ها
- عقد تفاهم‌نامه
- برقراری ارتباط مستمر با مجموعه پارک برای هم‌افزایی و ارتقا فناوری

مهم‌ترین موانع ارتباط کارخانجات و واحدهای تولیدی صنعتی و به طور خاص در حوزه صنایع غذایی با حوزه علم و فناوری اعم از دانشگاه‌ها، پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد و شرکت‌های دانش بنیان و استارت‌آپ‌ها چیست؟

- سنتی بودن بسیاری از صنایع
- عدم استفاده از نوآوری و فناوری بالا در صنایع
- دولتی بودن بسیاری از صنایع
- عدم اعلام نیازهای فناورانه از سمت صنایع و سازمان‌ها
- عدم ارائه توانمندی از سمت دانشگاه‌ها و مراکز تخصصی
- عدم توجه به نفوذ دانش و فناوری در مجموعه‌های مختلف
- عدم ارتباط و عدم اطلاع واحدهای مختلف از زمینه فعالیت‌های همدیگر
- عدم توجه به نوآوری باز در صنایع و سازمان‌ها



به نظر شما، شرکت‌های دانش بنیان و استارت‌آپ‌های فعال در حوزه صنعت غذا چگونه می‌توانند در توسعه، رشد و پیشرفت صنایع غذایی استان تاثیرگذار باشند؟

با توجه به نوآوری هر یک از ایده‌های مطرح شده توسط شرکت‌های دانش بنیان و دانش محور با رویکرد حفظ ارزش غذایی مواد خوراکی، در صورت همکاری ارگان‌ها و سازمان‌ها و بخش خصوصی برای استفاده از ظرفیت خالی کارخانجات و کمک به صدور راحت تر مجوزها راه برای فعالیت شرکت‌های این چنینی هموار می‌گردد. با ارائه فناوری‌های نو در صنعت غذا، می‌توان علاوه بر برداشت بیشتر محصولات غذایی از مزارع و زمین‌های کشاورزی، زمان ماندگاری آنها را افزایش داد.

میزان و چگونگی حمایت دولت و پارک علم و فناوری از شرکت‌های دانش بنیان بویژه در حوزه صنعت غذا را تشریح فرمایید.

- اختصاص وام‌هایی مختلف مانند وام ایده محوری، خدماتی و تجاری سازی
- عقد تفاهم‌نامه فی مابین پارک و ارگان‌های دولتی برای تسهیل صدور مجوزهای شرکت‌ها
- هماهنگی و برگزاری جلسات مکرر و پیاپی عمومی و خصوصی شرکت‌ها با ارگان‌های ذیربط
- ارائه خدمات مشاوره در حوزه بازاریابی و تجاری سازی
- استقرار شرکت‌های ارائه دهنده خدمات مشاوره‌ای و بازاریابی به شرکت‌ها و شتاب دهنده‌ها به منظور تسریع در فعالیت شرکت‌ها
- برنامه‌ریزی برای برگزاری و حضور در نمایشگاه‌های تخصصی و عمومی
- حمایت مالی از شرکت‌ها برای حضور در نمایشگاه‌ها
- برنامه‌ریزی برای برگزاری تورهای تخصصی و فناوری
- فضای استقرار دفتری و کارگاهی
- خدمات آزمایشگاهی و کارگاهی

ارتباط پارک علم و فناوری فارس با دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی بویژه آن دسته از مراکز دارای رشته مهندسی علوم و صنایع غذایی که فارغ التحصیلان متعددی را به بازار کار ارائه می‌نمایند، چگونه است؟ فارغ التحصیلان این رشته چگونه می‌توانند از خدمات و حمایت‌های پارک علم و فناوری بهره‌مند شوند؟

ارتباطی بسیار عالی بین پارک با دانشگاه‌ها برقرار است. فارغ التحصیلان با داشتن ایده اولیه یا محصول اولیه پس از مراجعه به واحد پذیرش و تکمیل فرم‌های مربوطه به عنوان شرکت یا هسته فعالیت خود را شروع می‌کنند. افراد فن‌آموخته یا دانشجو نیز به عنوان کارآموز در شرکت‌های مستقر می‌توانند کسب تجربه کنند.

با توجه به توانمندی استان فارس در حوزه محصولات غذایی، آیا مرکزی تحت عنوان مرکز رشد

بالغ بر ۲۰/۰۰۰ مترمربع وزیربنای ۹/۰۰۰ مترمربع در شهرک صنعتی بزرگ شیراز افتتاح گردید. ما گروه تولیدی «ب.آ» را با هدف ارائه بهترین غذای آماده به مشتریان خود پایه ریزی و با درک واقعی از نیازهای مصرف کنندگان، برای ایجاد ساختاری پایدار در آینده، از بهترین افراد شایسته و آموزش دیده بهره برده و با تلفیق تکنولوژی، بازاریابی، نیروی انسانی و تکیه بر اندیشه مشتری محور، در محیطی پر از شور و اشتیاق و همدلی گرد هم آمده ایم. در این راستا تلاش می کنیم تا با کنترل لحظه به لحظه در مراحل تولید و آندیشیدن به اثر بخشی و تعالی حرفه ای، به آنچه که در جامعه جهانی غذای سالم نامیده می شود نائل آئیم. در حال حاضر برای بیش از ۱۴۰۰ نفر اشتغال مستقیم ایجاد کرده که در سراسر کشور مشغول به فعالیت هستند.

محصولات، توانمندی ها و گستره فعالیت های شرکت ستاره یخی آسیا رابه صورت کامل معرفی و شرح نمایید.

انواع محصولات غذایی آماده مصرف با تنوع بیش از ۸۰ نوع محصول در بسته بندی و اوزان مختلف همچون، محصولات غذای خانگی (کوکو، کنتلت، فلافل) و انواع محصولات برگری (همبرگر، کباب لقمه)، انواع سوخاری دار (ناگت، شینسل، فیله)، انواع محصولات (جوجه کباب، کتف و بال و...) و محصولات دیگری چون انواع سس ها، پنیر پیتزا، سبب زمینی سرخ کرده و انواع سوسیس، کالباس جزو شرکت های پیشرو در صنعت غذاهای پروتئینی می باشد و برای اولین بار توانست غذاهای ایرانی را در قالب convenience food ارائه نماید. این محصولات فست فود نیستند هر چند در کمتر از ۵ دقیقه توسط مصرف کننده می توان آماده مصرف شوند و بسیار سالم تر و ارزان تر از محصولات فست فودی می باشند.

فعالیت های بازاریابی و توزیع محصولات ب.آ درچه محدوده جغرافیایی در حال انجام است؟

شرکت ب.آ با بیش از ۲۰ دفتر فروش در مراکز استان های کشور توانسته محصولات خود را در کل کشور توزیع نماید و همچنین با همکاری با فروشگاه های زنجیره ای این امر را گسترش داده و در طرح های توسعه ای آینده تمامی مراکز استان ها تحت پوشش قرار خواهند گرفت.

شرکت ستاره یخی آسیا با بهره گیری



جمال رازقی جهرمی مدیرعامل شرکت ستاره یخی آسیا (ب.آ)

واحد نمونه استانی در روز جهانی استاندارد در سال ۱۴۰۰

جمال رازقی جهرمی متولد ۱۳۳۷ در شهرستان جهرم فارغ التحصیل رشته مهندسی صنایع غذایی از دانشگاه شیراز. رتبه اول کنکور کارشناسی ارشد دانشگاه شیراز در رشته صنایع غذایی



سوابق شغلی:

- مسئولیت صنایع کوچک و روستایی استان فارس ۱۳۶۸-۱۳۶۲
- مدیر برنامه ریزی شرکت دشت مرغاب (یک و یک) ۱۳۶۹-۱۳۶۸
- مدیر کارخانه شرکت دشت مرغاب (یک و یک) ۱۳۷۰-۱۳۶۹
- مدیر عامل و عضو هیئت مدیره شرکت دشت مرغاب و گروه (یک و یک) ۱۳۷۹-۱۳۷۰
- مدیر عامل شرکت فرآورده های لبنی کاله ۱۳۸۰-۱۳۷۹
- موسس گروه و مدیر عامل و عضو هیئت مدیره شرکت های پارس نارنگ و نارسیب شیراز (گروه تولیدی تانی) ۱۳۸۳-۱۳۸۰
- موسس و مدیر عامل و رئیس هیئت مدیره شرکت ستاره یخی آسیا (گروه تولیدی ب.آ) از ۱۳۸۷ تاکنون
- رئیس هیات مدیره شرکت ستاره ون گستر از ۱۳۸۶ و شرکت پارس بهتا

شرکت ستاره یخی آسیا (ب.آ) اولین تولید کننده محصولات غذایی آماده در کشور در سال ۱۳۸۸ به بهره برداری رسید. اما فرایند دشواری برای ورود به بازار داشت. زیرا برای اولین بار محصولاتی را به بازار ارائه می کرد که در دنیا عمر کوتاهی دارند، هر چند غذاهای آماده از نظر حداقل جذب روغن، بار میکروبی بسیار پایین، ضایعات بسیار پایین مواد غذایی به دلیل شیوه تولید (نزدیک به صفر درصد) و قیمت بسیار پایین در مقایسه با آنچه در منزل تهیه می شود غذاهای سالم تری را شامل میشوند. بنابراین ایده تولید «ب.آ» بسیار جدید و البته پرهزینه بود و اجرای آن نزدیک به دو سال طول کشید. کارخانه تولید غذاهای آماده با برند «ب.آ» با تلفیق آخرین تکنولوژی روز دنیا در تولید غذاهای کاملاً پخته شده منجمد با آشپزی سنتی و اصیل ایرانی بوسیله ماشین آلات بسیار پیشرفته جهان و باهمت کارشناسان و مدیران معتبر در زمینه ماساچی



از چه استانداردهایی توانسته سطح کیفی محصولات خود را ارتقا دهد؟

استانداردهای ملی محصولات ISO 9001:2015 و ISO 22000:2018 در بحث کیفیت و همچنین چرخه PDCA در طراحی و بهبود محصولات و همچنین ISO 10004 و ISO 10002 در بحث شکایات مشتری و رضایت سنجی مشتریان مورد استفاده قرار می‌گیرد.

از چه استانداردهایی توانسته سطح کیفی محصولات خود را ارتقا دهد؟

استانداردهای ملی محصولات ISO 9001:2015 و ISO 22000:2018 در بحث کیفیت و همچنین چرخه PDCA در طراحی و بهبود محصولات و همچنین ISO 10004 و ISO 10002 در بحث شکایات مشتری و رضایت سنجی مشتریان مورد استفاده قرار می‌گیرد.

چگونه می‌تواند در استانداردهای غذایی آماده و نیمه آماده، مطابق با بالاترین استانداردهای کیفی، از چه روش‌های نوینی برای موفقیت در عرضه محصولات با کیفیت و ایمن بهره‌گرفته‌اید؟

جهت کنترل تولید انواع محصولات از روش‌هایی مانند کنترل کیفیت آماری استفاده گردیده که این روش شامل ۷ ابزار کنترلی است. در SPC فرایند تولید محصولات به دو صورت کمی و کیفی و "وصفی" کنترل می‌گردد. همچنین نمونه برداری مواد اولیه ورودی و محصولات نیم‌ساخته و محصول نهایی با استفاده از استانداردهای نمونه برداری که توسط سازمان استاندارد و همچنین روش‌های نمونه برداری A.Q.L انجام می‌گردد. کنترل‌های انجام شده در هر مرحله از تولید توسط سیستم ISO 22000 با کمک ارزیابی ریسک محصول نهایی "HACCP PLAN" انجام می‌گردد که در نهایت منجر به شناسایی نقاط کنترل بحرانی محصول و اقدامات اصلاحی در مواقع بروز عدم انطباق با کمک نمودار Fish bone برای تولید محصول ایمن می‌گردد.

از نظر شما، نوع بسته‌بندی محصولات غذایی آماده و نیمه آماده چگونه می‌تواند در استانداردسازی، ایمن‌سازی و همچنین جذب مصرف کنندگان تاثیرگذار باشد؟

تولید و عرضه محصولات غذایی منجمد به کیفیت بسته‌بندی و حفظ زنجیره سرد وابستگی زیادی دارد. از این رو در طراحی و تولید بسته‌بندی محصولات ب.ا علاوه بر جذابیت در طراحی، از بهترین مواد بسته‌بندی برای جلوگیری از نفوذ نور، هوا و رطوبت استفاده شده است. کیفیت و جذابیت محصولات غذایی آماده مصرف دو فاکتور بسیار مهم در جلب رضایت مشتریان است که گروه تولیدی ب.ا به آن توجه ویژه‌ای دارد.

اصلی‌ترین مشکلات و تنگناهای پیش روی شما در شرایط فعلی اقتصادی چیست و برای حل این مشکلات از چه راهکارهایی استفاده نموده‌اید و چه انتظاراتی از دولت دارید؟

قطعا مشکلات اقتصادی فعلی بر روی بازار و فرهنگ مصرف کنندگان در همه زمینه‌های کالاهای تولیدی تاثیر داشته است. در شرکت ب.ا نیز با وجود مشکلات اقتصادی و وجود تحریم‌ها سعی شده است با بومی‌سازی مواد اولیه مصرفی و همچنین تجهیزات و ماشین‌آلات این مشکل به حداقل رسیده

- بهبود مستمر اثربخش سیستم مدیریت کیفیت و سیستم مدیریت ایمنی مواد غذایی و سیستم HACCP
- افزایش سیستم های ارتباطی با مصرف کنندگان نهایی محصولات و سیستم های ارتباطی با خریداران اعم از فروشگاه ها، فروشگاه های زنجیره ای و ...
- افزایش کیفیت محصولات با توجه به استانداردهای ملی موجود
- توسعه بازار فروش داخلی
- توسعه سهم صادرات، نفوذ و توسعه بازارهای خارجی
- افزایش محصولات جدید و مکمل ها
- کاهش هزینه ها
- ارتقاء زیرساخت های تکنولوژیکی و فیزیکی در حوزه های تولیدی، آزمایشگاهی، توزیع و فروش

چهار اقدامات و سیاست گذاری هایی باعث شده است تا این شرکت

به عنوان واحد نمونه در روز جهانی استاندارد سال ۱۴۰۰ انتخاب گردد؟
شرکت ب.آ به عنوان یکی از پیشروان صنعت در استقلال تولید و کیفیت مطلوب با بهره گیری از دانش فنی و نیروهای متخصص بومی، با توجه به نقاط قوت و ضعف سازمانی و همچنین شناسایی و تحلیل فرصت ها و تهدیدهای خارج از سازمان اعم از نوسانات اقتصادی، تحریم ها، توجه به شرکت های دانش بنیان و ... استراتژی های کوتاه مدت و بلند مدت خود را در چهار وجه (منظر) مشخص نموده است.

استراتژی ها:

۱. از وجه/منظر مشتری
 ۲. از وجه/منظر مالی
 ۳. از وجه/منظر فرآیندهای داخلی
 ۴. از وجه/منظر رشد و یادگیری
- به طور مثال: استراتژی هایی از قبیل:
- ارزیابی محصولات با کیفیت مطلوب و ایمن
 - ارزیابی محصولات با قیمت و شرایط پرداخت رقابتی
 - تقویت نام تجاری و ارتباط مستمر با مشتری
 - تحویل به موقع، پایدار و دسترسی آسان و سریع به محصولات
 - ارزیابی محصولات متنوع و سبد کالایی کامل
 - بهبود ساختار سازمانی
 - توسعه مدیریت دانش
 - توانمند سازی و توسعه مشارکت کارکنان و تامین کنندگان
 - توسعه زیرساخت های اطلاعات و ارتباطات

سایر عناوین و افتخارات کسب شده توسط شرکت ستاره یخی آسیا در سال های اخیر را بیان فرمایید.

بخشی از عناوین و افتخارات کسب شده توسط شرکت ستاره یخی آسیا به این شرح است:

- واحد برتر حامیان حقوق مصرف کننده فارس در سال های ۹۱ تا ۹۹
- واحد برتر روز جهانی غذا در سال های ۹۴، ۹۲ و ۹۵
- واحد برتر روز استاندارد استان فارس
- واحد نمونه روز صنعت و معدن
- واحد نمونه تحقیق و توسعه در سال های ۹۳ و ۹۸
- برند محبوب از نگاه مصرف کنندگان در سال های ۱۴۰۰ و ۹۱
- کارآفرین نوآور و استراتژیست در صنعت مواد غذایی
- صادر کننده برتر استانی در سالهای ۹۴، ۹۱ و ۹۵
- واحد برتر صنایع غذایی

و تاثیر کمتری بر روی بهای تمام شده و در نهایت مشتری نهایی وارد شود، همچنین با شناساندن محصولات تولیدی و تولید محصولات با قیمت های به صرفه تر برای کمک به مصرف کنندگان نیز قدم برداشته شده است و از دولت انتظار می رود با رفع مشکلات و موانع تولید در این راه به تولید کنندگان کمک بیشتری نمایند.

به عنوان واحد نمونه استاندارد، یک واحد صنایع غذایی و به طور خاص در زمینه محصولات غذایی آماده و نیمه آماده برای تولید و عرضه محصولات استاندارد چه ویژگی هایی را باید در سیستم ها و فرایندهای کاری خود ایجاد نماید؟

در صنایع غذایی با توجه به اینکه محصول به طور مستقیم توسط مصرف کننده نهایی مصرف شده و با سلامت آنها مرتبط است قطعاً رعایت استانداردهای کشوری و جهانی در فرآیند تولید الزامی است و تعهد در تولید کالای سلامت محور با کیفیت بایستی در تمام مراحل تامین مواد اولیه و تولید محصول وجود داشته باشد. در بحث توزیع نیز استفاده از خودروهایی انجمادی در شرکت ب.آ در تمامی مراحل توزیع و پخش جهت اطمینان از سلامت کالا در دستور کار می باشد البته بایستی در بحث نگهداری کالاها در شرایط استاندارد و دمای مناسب در فروشگاه ها و مراکز خرده فروشی کنترل و نظارت بیشتری توسط سازمان های مربوطه صورت گیرد.

فعالیت های صادراتی شرکت ستاره یخی آسیا را به طور کامل تشریح نمایید؟ در حال حاضر محصولات این شرکت به کدام کشورها صادر می گردد؟

صادرات محصولات انجمادی پروتئینی با توجه به استانداردهای متفاوت کشورها در پذیرش کالا دشوارتر و زمان برتر می باشد ولی شرکت ب.آ به کشورهای حوزه خلیج فارس و همچنین عراق صادرات داشته است و در حال گسترش این بازار در آسیای میانه و همچنین منطقه قفقاز است.

اهداف کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت ب.آ برای توسعه فعالیت های خود با ارتقای سطوح کیفی و با بهره گیری از استانداردهای ملی و بین المللی چیست؟

یکی از اساسی ترین اصولی که شرکت ب.آ در تمامی طول دوران فعالیت خود در نظر داشته و خواهد داشت مشخص نمودن اهداف کلان (بلند مدت و میان مدت) و اهداف خرد (اهداف کوتاه مدت) برای ارتقاء در تمامی زمینه ها و حوزه های مختلف اعم از فروش، تولید، تحقیق و توسعه و بازاریابی و خصوصاً کیفیت محصولات، فرآیندها و سیستم های مدیریت خود با توجه به استانداردهای ملی و بین المللی موجود است. به طور نمونه:

- افزایش فروش سالیانه و افزایش فروش شعب
- دستیابی به استانداردهای بین المللی در زمینه سیستم مدیریت ایمنی و بهداشت شغلی و مدیریت زیست محیطی

محصولات، توانمندی‌ها و گستره فعالیت‌های شرکت سپیدان عصاره جنوب را تشریح کنید.

محصولات شرکت سپیدان عصاره شامل عصاره جامد شیرین بیان، پودر شیرین بیان، گرانول شیرین بیان، خمیر یا مایع شیرین بیان، DGL، شیرین بیان و دیگر فرآورده‌های شیرین بیان است.

فعالیت‌های بازاریابی و توزیع محصولات شرکت سپیدان عصاره جنوب در چه محدوده جغرافیایی در حال انجام است؟

فعالیت‌های بازاریابی شرکت از طریق سایت <https://iranlicorice.com> و نمایندگی این شرکت در اروپا انجام می‌شود. شرکت سپیدان عصاره جنوب توانایی صادرات به تمامی محدوده‌های جغرافیایی اعم از قاره اروپا، آسیا، آفریقا، استرالیا و آمریکای جنوبی را دارد.

به‌عنوان صادرکننده نمونه ملی، یک واحد صنایع غذایی و دارویی برای قدم‌نهادن در حوزه صادرات، چه ویژگی‌هایی را باید در سیستم‌ها و فرایندهای کاری خود ایجاد کند؟

محصولات تولیدی را که صادر می‌شوند، باید از نظر کیفی در حد استاندارد اروپا و آمریکا تولید کنیم. محصول تولیدی از نظر قیمت باید در بازارهای صادراتی قابل رقابت باشد. درستکاری و صداقت را سرلوحه کار خود قرار دهیم. به نظرها و شکایات‌های مشتریان با دقت گوش دهیم و نظرهای آن‌ها را تأمین کنیم.



میثم شکرپور مدیرعامل شرکت سپیدان عصاره جنوب

صادرکننده نمونه ملی در سال ۱۳۹۹

میثم شکرپور، متولد ۱۳۶۳، دارای مدرک کارشناسی ارشد باستان‌شناسی است و پیش از ۱۷ سال سابقه مدیریت در شرکت سپیدان عصاره جنوب را دارد. کارخانه سپیدان عصاره جنوب از سال ۱۳۸۳ با هدف تولید و صادرات فرآورده‌های شیرین بیان به ظرفیت ۱۸۰۰ تن، با هزینه ۲۰۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری، تأسیس شده است. در این شرکت ۸۰ نفر پرسنل به صورت مستقیم مشغول به کار هستند. بخش زیادی از خط تولید کارخانه در ایران و تحت نظر مهندس احمد شکرپور طراحی و ساخته شده است.



سایر عناوین و افتخارهای کسب‌شده توسط شرکت سپیدان عصاره جنوب در سال‌های اخیر را بیان فرمایید.

این شرکت موفق به اخذ عنوان صادرکننده شایسته در سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ از طرف اتاق بازرگانی و صادرکننده برتر ملی در سال ۱۳۹۹ از طرف سازمان صنعت، معدن و تجارت و اتاق بازرگانی ایران و همچنین واحد نمونه تولیدی در سال ۱۴۰۰ از طرف وزارت صنعت، معدن و تجارت شده است.

توصیه شما به عنوان صادرکننده نمونه ملی به سایر واحدهای همکار و همچنین جوانان علاقه‌مند به فعالیت در حوزه صنایع غذایی و دارویی برای موفقیت در این مسیر و ورود به دنیای پرتلاطم صادرات چیست؟

۱. صداقت و درستکاری در بازار؛
۲. رعایت کیفیت مطلوب؛
۳. پایین نگه داشتن قیمت کالا؛
۴. رضایتمندی مشتری؛
۵. خدمات پس از فروش و صادرات محصول.

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

مهم‌ترین مشکلات تولید مرتبط با تورم، عدم حمایت سازمان‌های دولتی از بخش تولید و کارخانه‌های صادراتی و همچنین تبعات ناشی از اتخاذ تصمیم‌های لحظه‌ای و تحریم‌هاست که انتقال ارزش را کاملاً مختل کرده است.

حمایت واقعی دولت از بخش تولید و صادرات نقش بسیار مهمی در افزایش تولید دارد که متأسفانه برخلاف تمامی وعده‌ها، روز به روز کمر شرکت‌های تولیدی و به خصوص کارخانه‌های صادرات‌محور که با دنیا در مراد هستند، به دلیل تصمیم‌های لحظه‌ای و غیرمنطقی شکسته می‌شود. امیدواریم نگاه ویژه‌ای به شرکت‌های تولیدی و حمایت از آن‌ها در جهت افزایش تولید یا توسعه کارخانه انجام شود.



طوری رفتار کنیم که مشتریان بدانند در همه حال در کنار آن‌ها هستیم.

فعالیت‌های صادراتی شرکت سپیدان عصاره جنوب را به طور کامل تشریح کنید. در حال حاضر محصولات این شرکت به کدام کشورها صادر می‌شود؟

محصولات کارخانه، پس از تولید طبق استانداردهای اروپا بسته‌بندی شده و به کل اروپا، به ویژه کشورهای آلمان، سوئد، ایتالیا و همچنین کشورهای چین، ترکیه، مصر، امارات متحده عربی و... صادر می‌شود.

اهداف کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت شرکت سپیدان عصاره جنوب در جهت توسعه صادرات محصولات خود چیست؟

این شرکت در نظر دارد در خصوص ایجاد نمایندگی فروش در اروپا و آسیا در آینده اقدام کند.



چه اقدامات و سیاست‌گذاری‌هایی باعث شده است این شرکت به عنوان صادرکننده نمونه ملی انتخاب شود؟

این شرکت با راه‌اندازی آزمایشگاه بسیار پیشرفته و مدرن و همچنین خرید مدرن‌ترین دستگاه HPLC از کشور ژاپن، روزانه محصولات شرکت را آنالیز می‌کند. این امر در بهبود کیفیت محصولات تأثیر بسزایی دارد؛ همچنین در سطح بین‌المللی شرکت سپیدان عصاره به گونه‌ای فعالیت کرده که به عنوان یک شرکت قابل اعتماد و اطمینان شناخته می‌شود. این امر در سایت‌های رسمی متعلق به اتحادیه اروپا مانند بخش تجارت اروپا با کشورهای در حال توسعه، از کشور ایران و کارخانه سپیدان عصاره جنوب به عنوان کارخانه‌ای که سال‌ها با اروپا همکاری‌های اقتصادی داشته و شرکتی قابل اعتماد است، نام برده می‌شود.

امارات و روسیه) صادر می‌کند.

اهداف کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت شرکت تکچین بهاران در جهت توسعه صادرات محصولات خود چیست؟

از اهداف این شرکت می‌توان شناسایی هر چه بیشتر بازارهای هدف و بازاریابی در کشورهای جدید و تلاش برای زیرساخت‌های مناسب به منظور بازاریابی در آن کشورها را برشمرد.

چه اقدامات و سیاست‌گذاری‌هایی باعث شده است این شرکت به‌عنوان صادرکننده نمونه استانی انتخاب شود؟

گروه صنایع غذایی تکچین بهاران شرکتی پیشتاز، خوش‌نام، پایدار و توسعه‌یافته در تولید است. این امر باعث شده است به‌عنوان صادرکننده برتر انتخاب شود.

سایر عناوین و افتخارهای کسب‌شده توسط شرکت تکچین بهاران در سال‌های اخیر را بیان کنید.

چهارسال متوالی به‌عنوان صادرکننده برتر، واحد نمونه اداره نظارت و پیشکسوت صنعت غذای استان فارس معرفی شده است.

توصیه شما به عنوان صادرکننده نمونه به سایر واحدهای همکار و همچنین جوانان علاقه‌مند به فعالیت در حوزه صنایع غذایی برای موفقیت در این مسیر و ورود به دنیای پرتلاطم صادرات چیست؟

در بازار پرتلاطم امروز، جوانان عزیز باید با دید باز و تجربه کافی در عرصه صادرات قدم بگذارند. مهم‌ترین اصل صادرات، پایبندی به قرارداد و انجام تعهد است.

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

یکی از بزرگ‌ترین مشکلات واحدهای تولیدی، تغییرات زیاد قیمت ملزومات اولیه است. از دیگر مشکلات صادرکنندگان، رفع تعهد ارزی و اختلاف در بازار آزاد است. شایان ذکر است، با وجود این مشکلات، بازارهای هدف که طی چندین سال زحمت به دست آمده‌اند، به‌راحتی از بین خواهند رفت. انتظار ما از دولت این است که طبق بیان حضرت امام، از تولید حمایت شود.



عزیز سجادیان مدیرعامل محترم شرکت تکچین بهاران

صادرکننده نمونه استانی در سال ۱۳۹۹

عزیز سجادیان متولد ۵ فروردین ۱۳۳۸، فوق‌دیپلم اقتصاد و دارای ۳۰ سال سابقه تولید رب گوجه‌فرنگی و شوربیجات است.

تکچین بهاران در ۱۳۷۵ تاسیس شد. این شرکت دارای ۲۰ هزار مترمربع مساحت و هفت هزار و ۹۱۵ مترمربع زیربنا و تولیدکننده سالانه شش هزار تن رب گوجه‌فرنگی در بسته‌بندی‌های مختلف با بهترین ماشین‌آلات روز و طبق استاندارد ملی ایران است. تعداد کارکنان این شرکت در حال حاضر به صورت مستقیم ۷۰ نفر است.

محصولات، توانمندی‌ها و گستره فعالیت‌های شرکت تکچین بهاران را تشریح کنید.

محصولات این شرکت در حال حاضر رب گوجه‌فرنگی و خیارشور است. این شرکت یکی از به‌روزترین و جدیدترین دستگاه‌های تولید و خط‌های بسته‌بندی ایران را دارد.

فعالیت‌های بازاریابی و توزیع محصولات شرکت تکچین بهاران در چه محدوده جغرافیایی در حال انجام است؟

تکچین بهاران در پانزده استان نمایندگی فعال و در شش کشور صادرات مستمر دارد.

به‌عنوان صادرکننده نمونه استانی، یک واحد صنایع غذایی برای قدم‌گذاشتن در حوزه صادرات، چه ویژگی‌هایی را باید در سیستم‌ها و فرایندهای کاری خود ایجاد کند؟

هر شرکت برای ورود به عرصه صادرات باید نظم در تولید و کیفیت کار را به‌عنوان رکن اصلی کارش قرار دهد.

فعالیت‌های صادراتی شرکت تکچین بهاران را به‌طور کامل تشریح کنید. در حال حاضر محصولات این شرکت به کدام کشورها صادر می‌شود؟

شرکت تکچین بهاران در حال حاضر محصولات خود را به شش کشور (عراق، افغانستان، کویت، قطر،



زی تک، انتخاب تک



Ziafat Shomal Fars Co.

تولیدکننده خیارشور، ترشیجات و زیتون
در بسته بندی های مختلف

محصولی از شرکت ضیافت شمال فارس

تلفن دفتر: ۴۴۴۹۲۰۶۴ - ۰۷۱

شماره موبایل: ۰۶۳۸ ۶۴۰ ۰۹۱۷ - ۸۳۲۳ ۱۱۱ ۰۹۱۷

استان فارس، قادراآباد، بلوار پاسارگاد،

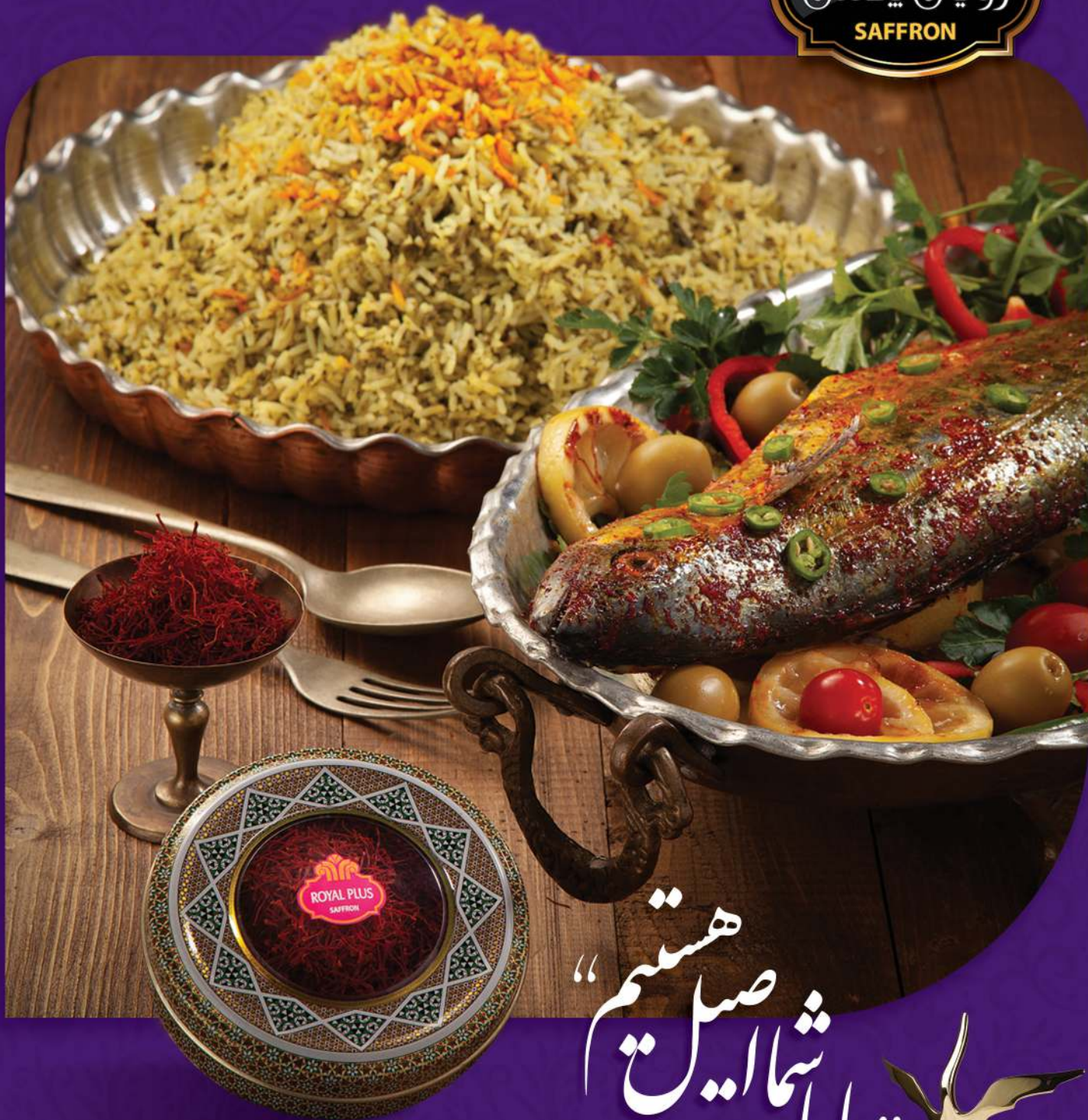
شرکت ضیافت شمال فارس (زی تک)

پخش به سراسر ایران

Web: www.zitakco.com Email: zitakco@gmail.com

زعفران رویال پلاس

ROYALPLUSSAFFRON.IR



“مابا شامیل هشتم”

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



برند برتر صنعت، معدن و تجارت ۱۴۰۰

۰۷۱ - ۳۷ ۲۶ ۸۴۱۴

@ROYALPLUS.IR



۰۹۳۹ ۴۸۸ ۵۴۵۹ / ۰۹۱۵ ۰۹۷ ۱۰۰۰

ROYALPLUSSAFFRON@GMAIL.COM



کارخانه تصفیه نمک

هکامر



تولیدکننده

- قوطی نمکدان (یددار) ۶۰۰ گرمی
- نمک یددار در بسته بندی دولایه
- صدفی (یـددار)
- ۱۰۰۰ - ۷۰۰ - ۵۰۰ گرمی
- ۲/۵ کیلوگرمی
- نمک زبر (بدون ید)
- ۲/۵ کیلوگرمی
- ۵ کیلوگرمی
- ۲۰ کیلوگرمی

واحد نمونه سال ۹۴-۹۷-۹۸-۱۴۰۰



فارس . شیراز . شهرک صنعتی بزرگ
میدان پژوهش . بلوار پژوهش شمالی . خیابان ۳۰۰
۰۷۱-۳۷۷۴۲۱۳۵-۶ Info@Hammer-salt.ir
WWW.Hammer-Salt.ir





تولید کننده انواع طعم دهنده ها
و پایدار کننده های صنایع غذایی

Pooyangreenfood

۰۷۱ ۳۷۷۴ ۲۰۲۰

info@pooyangreenfood.com

www.pooyangreenfood.com

شهرک صنعتی بزرگ شیراز
میدان پنجم - خیابان پژوهش شمالی

خشکبار

خشکبار یا خشکه‌بار به میوه‌های خشک‌شده و برخی مغزدهانه‌ها گفته می‌شود. مغزدهانه‌هایی مانند پسته، بادام، فندق، گردو خشک و میوه‌های خشک مانند انواع کشمش، آلو بخارا، برگه‌های قیسی، هلو و زردآلو، آلو، آلبالو، خرما و انجیر خشک. با توجه به آگاهی هر چه بیشتر انسان‌ها به ارزش غذایی بالای خشکبار، تولید و اندازه بازار این محصولات رو به افزایش است. بزرگ‌ترین تولیدکنندگان خشکبار ایالات متحده، ترکیه و چین هستند. ایران در دو محصول پسته و گردو جزو سه کشور برتر تولیدکننده به حساب می‌آید.



- ارزش واردات جهانی: ۱۱۵۹۶۳ میلیون دلار
 - میزان تولید: ۱۸۴۷ تن
 - ارزش صادرات ایران: ۱۳۶۵ میلیون دلار
 - ارزش صادرات جهانی: ۱۱۸۷۳۴ میلیون دلار
 - ارزش واردات ایران: ۱۶۰۶ میلیون دلار
 - حجم کل تجارت جهانی: ۲۳۴۶۹۷
 - پنج کشور عمده صادر کننده: آمریکا، برزیل، کانادا، ویتنام و آرژانتین
 - پنج کشور عمده وارد کننده: چین، آلمان، هندوستان، آمریکا و هلند
- پسته**
- پسته درختی است دو پایه از تیره پسته‌سانان که از نظر مرغوبیت به پسته ایرانی مشهور است. پسته یکی از مهم‌ترین محصولات کشاورزی کشور است که از جنبه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و... اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد. ارزش تولید این محصول گران‌بها و بی‌نظیر حدود ۱۰ درصد از درآمدهای غیر نفتی کشور است.
- انواع پسته: اوحدی، کله قوچی، احمدآقایی، اکبری و قزوینی
 - ارزش غذایی در هر ۱۰۰ گرم:
 - انرژی (کیلوکالری): ۵۵۷
 - منیزیم (٪): ۱۲۱
 - پروتئین (گرم): ۲۰٫۶
 - چربی (گرم): ۴۴٫۴
- کربوهیدرات (گرم): ۲۷٫۹۷
 - فیبر (گرم): ۱۰٫۳
 - کلسیم (میلی‌گرم): ۱۰۷
 - فسفر (میلی‌گرم): ۳۷۶
 - سدیم (میلی‌گرم): ۱
 - پتاسیم (میلی‌گرم): ۱۰۲۵
 - ویتامین C (میلی‌گرم): ۵
 - ویتامین E (میلی‌گرم): ۲۲٫۶
 - میزان تولید ایران: ۲۲۰
 - رتبه ایران در تولید جهانی: ۲
 - کد HS دورقمی: ۰۸
 - کد HS چهاررقمی: ۰۸۰۲
 - کد HS شش‌رقمی: ۰۸۰۲۵۲۰۸۰۲۵۱۰۸۰۲۵۰
 - کد HS هشت‌رقمی: ۰۸۰۲۵۰۴۰۰۸۰۲۵۰۳۰۰۸۰۲۵۰۲۰۰۸۰۲۵۰۱۰۰۸۰۲۵۰۰۰
 - ۰۸۰۲۵۲۱۰ ۰۸۰۲۵۲۰۰ ۰۸۰۲۵۱۲۰ ۰۸۰۲۵۱۱۰ ۰۸۰۲۵۱۰۰ ۰۸۰۲۵۰۹۰ ۰۸۰۲۵۲۹۰ ۰۸۰۲۵۲۲۰
 - استانداردهای رایج داخلی: HACCP-ISO22000 و استانداردهای اجباری برای صادرات
 - استانداردهای رایج بین‌المللی: BRC, FSSC22000, IFC, HALAL WORLD
 - استان تأمین کننده محصول: کرمان ۵۱ درصد
 - کشور بالقوه هدف صادراتی: امارات عربی متحده

شاخص‌های تجاری جهانی-۲۰۱۹

ارزش واردات به میلیون دلار	واردات وزن به هزار تن	ارزش صادرات به میلیون دلار	صادرات وزن به هزار تن	حجم کل تجارت جهانی کالا
۱۶۷۱۲۱۹۵	۱۹۹۸۴۵۲	۱۴۶۲۰۰۳۱	۲۲۷۱۹۶۸	۳۱۳۳۲۲۲۶

آمارهای تجاری ایران- صادرات- سال ۱۴۰۰

ماه	ارزش (دلار)	وزن (کیلوگرم)	درصد تغییرات، نسبت به مدت مشابه سال قبل	درصد سهم از کل
فروردین	۵۰۵۴۸۴۰۲	۷۱۳۸۴۷۱	۱۴۶٫۶۴	۵
اردیبهشت	۷۱۴۶۸۳۷۰	۱۰۴۵۰۶۱۱	۹٫۸۶	۷
خرداد	۸۲۳۰۴۸۱۴	۱۲۳۲۸۰۴۹	۲۱٫۱	۸
تیر	۷۲۲۰۵۶۹۱	۱۰۴۲۸۳۹۶	۲۵٫۶-	۷
مرداد	۵۳۹۲۰۶۳۰	۷۸۹۳۰۷۰	۲۲٫۵۵-	۵
شهریور	۸۳۳۶۲۵۶۸	۱۳۰۳۰۸۵۴	۱۴٫۶	۸
مهر	۱۰۵۲۴۲۴۵۱	۱۶۷۶۴۶۸۸	۳۸٫۰۱-	۱۱
آبان	۱۲۰۱۶۶۱۰۹	۱۸۵۷۴۴۱۷	۵۱٫۹۲-	۱۲
آذر	۸۴۵۱۲۳۳۲	۱۲۳۲۱۵۵۳	۵۰٫۷۲-	۹
دی	۵۸۹۱۵۶۳۷	۸۲۶۶۷۸۰	۵۱٫۱۳-	۶
بهمن	۵۴۴۵۲۸۴۶	۷۴۰۲۳۰۱	۵۰٫۱۳-	۵
اسفند	۹۸۵۲۷۸۲۳	۱۳۲۶۱۸۵۶	۳۵٫۲۷-	۱۰

کشور بالقوه هدف صادراتی: امارات عربی متحده و فدراسیون روسیه

نقاط ضعف صادرات انجیر

- استفاده از روش‌های سنتی در تولید و تجارت.
- نبود خرید توافقی: فقدان سیستم‌های خرید توافقی در محصولات کشاورزان توسط واحدهای ضبط، نگهداری، فرآوری و بسته‌بندی انجیر.
- نگهداری غیر مناسب در کارگاه‌های غیر مجاز توسط افراد و صنوف غیر مرتبط.
- استفاده نامناسب از سموم دفع آفات و کودهای شیمیایی.
- عدم آشنایی کافی در استفاده از روش‌های نوین توسط باغداران برای تولید انجیر و بالا بودن بار میکروبی و همچنین ضایعات این محصول.
- عدم توانایی مالی صادر کنندگان و عدم دسترسی به امکانات مالی با بهره پایین.
- استفاده از روش‌های سنتی در تجارت بین‌الملل.
- عدم فرآوری و توسعه صنایع پایین دستی محصول انجیر.
- عدم برندسازی و بسته‌بندی نامناسب محصول انجیر.
- رقابت ناسالم شرکت‌های ایرانی در بازارهای هدف.

انجیر

انجیر میوه درختی است از تیره گزنه‌ها و جزو دسته توت‌ها که بلندی اش تا ۱۲ متر می‌رسد و برخلاف توت یک پایه بوده و گل‌های نر و ماده‌اش روی یک درخت است. درخت انجیر دارای برگ‌هایی پنجه‌ای است و از نوع درختان خزان کننده که در مقابل سرمای شدید مقاومت زیادی ندارد؛ به همین دلیل انجیر را از محصولات مناطق گرمسیر یا معتدل می‌دانند. درخت انجیر عمری طولانی دارد و گفته می‌شود تا حدود ۳۰۰ سال عمر می‌کند. انجیر میوه‌ای بسیار ارزشمند است که حتی در قرآن هم به آن اشاره شده است و در احادیث و سخنان ائمه یا سخن بزرگ‌ترین پزشکان داخلی و خارجی نیز بر اهمیت این میوه تأکید شده است. ارزش غذایی انجیر و خواص دارویی یا طبیبی آن بسیار زیاد است.

- انواع انجیر: انجیر تازه یا خشک کرده
- میزان تولید ایران: ۱۱۰
- کد HS دورقمی: ۰۸
- کد HS چهاررقمی: ۰۸۰۴
- کد HS شش‌رقمی: ۰۸۰۴۲۰
- کد HS هشت‌رقمی: ۰۸۰۴۲۰۰۰, ۰۸۰۴۲۰۹۰, ۰۸۰۴۲۰۱۰, ۰۸۰۴۲۰۰۰
- استانداردهای رایج داخلی: HACCP - ISO22000 و استاندارد اجباری برای صادرات
- استانداردهای رایج بین‌المللی: BRC, FSSC22000, IFC
- استان تأمین کننده محصول: فارس ۴۴ درصد

شاخص‌های تجاری جهانی-۲۰۱۹

ارزش واردات به میلیون دلار	واردات وزن به هزار تن	ارزش صادرات به میلیون دلار	صادرات وزن به هزار تن	حجم کل تجارت جهانی کالا
۳۴۵۲۱۷۰	۸۹۷۵۹۱	۳۲۰۷۳۷۹	۹۲۹۸۹۲	۶۶۵۹۵۴۹

آمارهای تجاری ایران- صادرات- سال ۱۴۰۰

ماه	ارزش (دلار)	وزن (کیلوگرم)	درصد تغییرات، نسبت به مدت مشابه سال قبل	درصد سهم از کل
فروردین	۱۷۴۷۶۴۶	۵۹۱۷۲۳	۶۶۹/۱۲	۴
اردیبهشت	۲۷۳۵۷۵۳	۹۰۱۴۴۹	۳۹/۵۱	۶
خرداد	۱۴۰۴۱۷۰	۴۸۱۱۳۴	۱۳۵/۳۱	۳
تیر	۱۰۲۹۱۵۷	۳۳۲۹۶۶	۸۴۸/۶	۲
مرداد	۱۲۴۳۹۷۳	۴۵۲۸۶۶	۳۲۶/۹۱	۲
شهریور	۴۸۰۷۸۷۱	۱۶۶۱۲۸۴	۷۵/۰۸	۱۱
مهر	۶۰۳۸۲۷۳	۲۰۱۹۲۶۰	۱/۱۵-	۱۴
آبان	۷۳۱۶۴۷۳	۲۴۳۱۵۰۹	۴۵/۳۲-	۱۷
آذر	۴۶۶۴۶۶۵	۱۵۴۸۷۳۳	۲۶/۰۱-	۱۱
دی	۲۷۳۴۷۸۷	۹۰۲۸۶۱	۱۶/۶۵-	۶
بهمن	۳۳۰۹۴۵۴	۱۱۰۴۳۶۳	۱۸/۸۵	۷
اسفند	۴۴۹۹۳۳۶	۱۴۹۳۵۰۴	۲/۱۲-	۱۰


خرما

خرما میوه‌ای است بهشتی و بسیار مقوی که مواد معدنی بسیاری چون آهن، پتاسیم، روی، منگنز و ویتامین‌های A، B و E را داراست. تحقیقات درباره خرما نشان داده که این میوه بهشتی می‌تواند از بسیاری سرطان‌ها مانند سرطان کولون، معده و غیره پیشگیری کند. یکی از خواص خرما ملین بودن آن است به شرطی که شش تا هفت عدد خرما را در دو لیوان آب جوش خیس کنید و صبح و شب آن را به صورت گرم بنوشید یا مقداری خرما میل کنید و بلافاصله یک یا دو لیوان آب گرم روی آن بنوشید. خرما را به عنوان میوه نیز می‌توانید مصرف کنید.

انواع خرما: خرما استعمران (تازه یا خشک کرده)، خرما کیکاب (تازه یا خشک کرده)، خرما پیاروم (تازه یا خشک کرده)، خرما مضافتی (تازه یا خشک کرده)، خرما شاهانی (تازه یا خشک کرده)، خرما زاهدی (تازه یا خشک کرده)، سایر خرماهای غیر مذکور در جای دیگر (تازه یا خشک کرده).

ارزش غذایی در هر ۱۰۰ گرم:

• انرژی (کیلو کالری): ۲۷۷

• آب (%): ۲۰

• پروتئین (گرم): ۱,۸۱

• چربی (گرم): ۰,۱۵

• کربوهیدرات (گرم): ۷۴,۹۷

• فیبر (گرم): ۶,۷

• کلسیم (میلی گرم): ۶۷

• فسفر (میلی گرم): ۶۲

• سدیم (میلی گرم): ۱

• پتاسیم (میلی گرم): ۶۹۶

• ویتامین K (میلی گرم): ۲,۵

سایر اطلاعات:

• میزان تولید ایران: ۱۳۱۷

• رتبه ایران در تولید جهانی: یک

• کد HS دورقمی: ۰۸

• کد HS چهاررقمی: ۰۸۰۴

• کد HS شش رقمی: ۰۸۰۴۱۰

• کد HS هشت رقمی: ۰۸۰۴۱۰۱۰، ۰۸۰۴۱۰۱۵، ۰۸۰۴۱۰۲۰، ۰۸۰۴۱۰۲۵

• کد HS ده رقمی: ۰۸۰۴۱۰۳۵، ۰۸۰۴۱۰۴۰، ۰۸۰۴۱۰۴۵، ۰۸۰۴۱۰۵۰، ۰۸۰۴۱۰۶۰

• ۰۸۰۴۱۰۹۰

• استانداردهای رایج داخلی: HACCP-ISO22000 و استاندارد اجباری برای صادرات

• استانداردهای رایج بین‌المللی: BRC, IFC, FSSC2000, HALAL

• استان تأمین کننده محصول: فارس، بوشهر و کرمان

• کشور بالقوه هدف صادراتی: امارات عربی متحده


شاخص‌های تجاری جهانی-۲۰۱۹

ارزش واردات به میلیون دلار	واردات وزن به هزار تن	ارزش صادرات به میلیون دلار	صادرات وزن به هزار تن	حجم کل تجارت جهانی کالا
۸۸۱۶۱۴۷	۷۹۸۹۱۹۷	۷۶۸۸۷۹۸	۷۷۰۲۰۳۶	۱۶۵۰۴۹۴۵

آمارهای تجاری ایران- صادرات- سال ۱۴۰۰

ماه	ارزش (دلار)	وزن (کیلوگرم)	درصد تغییرات، نسبت به مدت مشابه سال قبل	درصد سهم از کل
فروردین	۳۳۱۵۰۷۰۵	۳۷۰۸۰۶۷۹	۱۲۸,۰۷	۱۰
اردیبهشت	۸۸۹۱۴۱۶	۱۰۸۰۸۵۶۱	۶۱,۷۸-	۲
خرداد	۵۶۶۵۰۲۴	۷۲۶۳۷۲۳	۳۰,۵۱-	۱
تیر	۴۱۸۶۸۱۰	۵۷۲۱۹۶۹	۳۸,۱۹-	۱
مرداد	۴۳۷۵۲۴۵	۵۶۹۴۶۳۵	۱۰,۹۸-	۱
شهریور	۲۷۵۳۴۵۷۴	۳۰۴۹۱۹۴۱	۹۲	۸
مهر	۳۰۸۲۲۰۴۶	۳۷۰۵۲۸۵۰	۱۰,۶۴-	۹
آبان	۳۳۴۸۳۹۶۶	۳۷۲۴۶۶۶۶	۲,۳۲	۱۰
آذر	۳۵۱۱۷۲۵۹	۳۹۰۷۷۵۶۳	۳,۹۸	۱۱
دی	۳۰۸۹۰۰۴۱	۳۵۴۹۷۸۳۷	۴,۶-	۹
بهمن	۳۸۸۰۰۷۰۸	۴۴۲۳۵۵۶۵	۴,۶۱	۱۲
اسفند	۶۴۱۳۵۹۷۱	۷۱۱۹۴۷۲۸	۲۰,۷۲	۲۰

- ۰۸۰۶۲۰۳۰ - کشمش آفتابی دانه دار
- ۰۸۰۶۲۰۴۰ - کشمش آفتابی بی دانه
- ۰۸۰۶۲۰۵۰ - کشمش انگوری بی دانه
- ۰۸۰۶۲۰۶۰ - کشمش کاشمیری سبزی بی دانه
- ۰۸۰۶۲۰۷۰ - کشمش کاشمیری سبزی دانه دار
- ۰۸۰۶۲۰۸۰ - سایر کشمش های غیر مذکور ۰۸۰۶۲۰۹۰

• ارزش غذایی در هر ۱۰۰ گرم:

• انرژی (کیلو کالری): ۲۸۹

• آب (%): ۱۸

• پروتئین (گرم): ۲,۵

• چربی (گرم): ۰,۲

• کربوهیدرات (گرم): ۷۷,۴

• فیبر (گرم): ۰,۹

• کلسیم (میلی گرم): ۶۲

• فسفر (میلی گرم): ۱۰۱

• آهن (میلی گرم): ۳,۵

• سدیم (میلی گرم): ۲۷

• پتاسیم (میلی گرم): ۷۶۲

• ویتامین C (میلی گرم): ۱

• میزان تولید ایران: ۲۰۰

• رتبه ایران در تولید جهانی: ۶

• کد HS دورقمی: ۰۸

• کد HS چهاررقمی: ۰۸۰۶۰۸۰۴

• کد HS شش رقمی: ۰۸۰۶۲۰۰۸۰۴۲۰

• کد HS هشت رقمی: ۰۸۰۶۲۰۶۰ ۰۸۰۶۲۰۱۰ ۰۸۰۶۲۰۲۰ ۰۸۰۶۲۰۳۰

• کد HS شش رقمی: ۰۸۰۶۲۰۴۰ ۰۸۰۶۲۰۵۰ ۰۸۰۶۲۰۶۰

• کد HS شش رقمی: ۰۸۰۶۲۰۷۰ ۰۸۰۶۲۰۸۰ ۰۸۰۶۲۰۹۰

• استانداردهای رایج داخلی: HACCP - ISO22000 و استاندارد

اجباری برای صادرات

• استانداردهای رایج بین المللی: BRC. IFS, FSSC22000.

HALAL

• استان تأمین کننده محصول: فارس ۱۷ درصد

• کشور بالقوه هدف صادراتی: فدراسیون روسیه

نقاط قوت صادرات خرما

- داشتن رتبه دوم میزان تولید خرما در جهان.
- وجود بیشترین تنوع خرما در ایران.
- دارا بودن قابلیت ایجاد امنیت غذایی، اشتغال زایی، حفظ محیط زیست و توسعه پایدار کشاورزی به عنوان یک محصول استراتژیک.
- در اختیار داشتن شرایط اقلیمی مناسب برای تولید خرما.
- دسترسی به آب های آزاد از طریق خلیج فارس و دریای عمان برای صادرات به کشورهای هدف.
- ارگانیک بودن محصول خرما.

نقاط ضعف صادرات خرما

- عدم آشنایی کافی بهره برداران با روش های اصولی جمع آوری، بسته بندی، حمل و نقل و نگهداری محصول.
- فرسوده بودن یا غیر اقتصادی بودن برخی از نخلستان ها به دلیل افزایش سن درختان.
- کمبود کارگاه ها و کارخانه های بسته بندی مدرن.
- افزایش هزینه های حمل و نقل داخلی و خارجی، به خصوص کانتینرهای سردخانه دار.
- کمبود کانتینرهای سردخانه دار در کشور.
- کمبود امکانات لجستیکی، حمل و نقل، نگهداری و خدمات متناسب با انواع خرما صادراتی.
- عدم شناخت صحیح از بازارهای هدف و سلایق و الگوهای مصرفی در کشورها.
- عدم اطلاع رسانی در معرفی خرما ایرانی، ارزش تغذیه ای و خواص آن.
- بالا بودن هزینه شرکت در نمایشگاه های بین المللی معتبر.
- بالا بودن نرخ تسهیلات اعتباری بانک ها.

کشمش

رشد انگور خشک شده که همه به نام کشمش می شناسند، قرن ها پیش به وجود آمده است. کشمش در ایران و مصر در دو هزار سال قبل از میلاد، تولید شده بود. کشمش در روم به عنوان جایزه برای افرادی که محل های عبادت را تزئین می کردند و برای برندگان مسابقات ورزشی استفاده می شد.

انواع کشمش: کشمش مویز

• ۰۸۰۶۲۰۱۰ - کشمش تیزابی دانه دار

• ۰۸۰۶۲۰۰ - کشمش تیزابی بی دانه



شاخص های تجاری جهانی-۲۰۱۹

ارزش واردات به میلیون دلار	واردات وزن به هزار تن	ارزش صادرات به میلیون دلار	صادرات وزن به هزار تن	حجم کل تجارت جهانی کالا
۱۳۵۸۸۵۳۸	۵۹۴۴۲۳۹	۱۲۵۰۲۹۶۲	۵۹۱۵۹۴۰	۲۶۰۹۱۵۰۰

آمارهای تجاری ایران - صادرات - سال ۱۴۰۰

ماه	ارزش (دلار)	وزن (کیلوگرم)	درصد تغییرات، نسبت به مدت مشابه سال قبل	درصد سهم از کل
فروردین	۱۹۴۸۶۱۵۳	۱۴۳۷۶۴۳۳	۱۰۳/۸۳	۱۰
اردیبهشت	۱۵۹۹۰۹۰۷	۱۲۱۷۵۵۶۱	۱۳/۲۴	۸
خرداد	۱۴۸۶۲۴۰۸	۱۰۴۱۷۰۸۶	۲۰/۸۸	۶
تیر	۱۰۹۶۴۴۸۴	۸۶۹۶۲۰۵	۴/۸۲	۵
مرداد	۷۶۸۳۶۶۱	۵۹۹۶۳۹۹	۱۱/۲۰	۳
شهریور	۱۳۲۳۳۹۹۱	۱۰۶۸۸۸۱۹	۶۵/۰۴	۶
مهر	۲۲۰۲۲۱۴۷	۱۶۷۵۹۱۹۱	۰/۳۶	۱۱
آبان	۲۳۸۴۸۴۸۵	۱۸۱۱۸۲۳۹	۲۳/۲۲	۱۲
آذر	۱۹۳۴۵۸۱۲	۱۴۵۴۵۶۰۶	۳۷/۵۶	۹
دی	۱۰۴۹۶۵۴۵	۸۲۶۶۶۲۶	۵۷/۶۹	۵
بهمن	۱۳۲۴۳۰۵۰	۱۰۰۱۰۹۷۰	۵۳/۷۷	۶
اسفند	۲۴۴۸۰۸۴۵	۱۸۱۱۰۰۰۷	۲۸/۱۴	۱۲

نقاط ضعف صادرات کشمش

- بالابودن قیمت تمام شده کشمش برای باغداران با توجه به عملکرد پایین در تولید نسبت به سایر کشورهای رقیب؛
- بالابودن سموم باقی مانده در کشمش و مرجوع شدن کشمش صادراتی در برخی موارد؛
- بالابودن ضایعات کارخانه‌های کشمش و در نتیجه بالارفتن بهای تمام شده محصول؛
- اتخاذ تصمیم‌های غیر کارشناسی در حوزه خرید محصولات کشاورزی، به ویژه کشمش در سال‌های اخیر؛
- نبود تشکل‌های صادراتی قدرتمند در زمینه صادرات کشمش در راستای یکپارچه‌سازی فرایندهای صادرات، جلوگیری از رقابت‌های ناسالم میان صادرکنندگان و افزایش توان تأثیرگذاری و فعالیت آن‌ها در بازارهای بین‌المللی؛
- رقابت ناسالم شرکت‌های ایرانی در بازارهای هدف؛
- ضعف در انبارداری و حمل و نقل کشمش؛
- مشکل در نقل و انتقال ارز حاصل از صادرات به داخل کشور (به ویژه کشورهای اروپایی)؛
- نبود تعرفه ترجیحی برای صادرکنندگان ایرانی در مقایسه با صادرکنندگان سایر کشورها؛
- عدم سرمایه‌گذاری در زمینه بسته‌بندی‌های مدرن در این صنعت و صادرات کشمش به صورت فله‌ای در کارتن‌های ۱۰ کیلویی و بالاتر؛
- فقدان انجام تحقیقات کاربردی مرتبط با کشمش در بخش‌های مختلف کشاورزی، بسته‌بندی، بهداشت، استاندارد و...؛
- فقدان صنایع وابسته، بازاریابی و توسعه محصولات جدید بر پایه کشمش؛

- عدم آشنایی کافی در استفاده از روش‌های نوین توسط باغداران برای تولید کشمش و بالابودن بار میکروبی و همچنین ضایعات بالای این محصول؛
- بسته‌بندی نامناسب و نگهداری کشمش در گونی‌های غیر بهداشتی توسط باغداران و انبار کردن و روی هم قرار دادن تعداد زیادی گونی که موجب از بین رفتن کشمش و افزایش ضایعات آن می‌شود.

معرفی گردو

رشد درختان گردو از سال‌ها قبل در تاریخ ثبت شده است. گفته شده که یکی از قدیمی‌ترین منابع از دانه‌های خوراکی است. پوسته‌های درخت گردو در فرانسه پیدا شده است که تاریخ آن به هشت هزار سال قبل یا به دوره نئولیتیک (عصر نوسنگی حدود ۱۰ هزار سال پیش) برمی‌گردد. این ثنوری لزوماً با باورهایی که گردوی نوین اروپایی در ایران نشأت گرفته و به وسیله یونانی‌ها به رم معرفی شده است، مغایرتی ندارد. رومی‌ها آن را یک غذا متناسب برای خدایان در نظر گرفتند. برگ و پوست گردو مقوی و تصفیه‌کننده خون است. برگ‌ها و پوست آن به خصوص به خاطر ماده تلخ و تانن آن در مداوای بیماری‌های جلدی و خناریر مفید واقع می‌شود.

معرفی برگه زردآلو

یکی از میوه‌های بسیار پرطرفدار که در فصل تابستان به بازار می‌آید، زردآلو است. این میوه خوش‌مزه و خوش‌خوراک را می‌توان به صورت خشک شده نیز مصرف کرد. حدود یک دوم فنجان برگه زردآلو دارای ۱۵۳ کالری انرژی، ۴۰ گرم کربوهیدرات، شش گرم فیبر، دو گرم پروتئین، ۱۳ درصد پتاسیم و ۵۸ درصد ویتامین A است. آلو بخارا، این میوه خوش‌مزه نیز در بسیاری از غذاهای ایرانی و همچنین به صورت تنقلات در میهمانی‌ها استفاده می‌شود. یک سوم فنجان آلو خشک دارای ۱۰۱ کالری انرژی، ۲۷ گرم کربوهیدرات، ۳ گرم فیبر، یک گرم پروتئین، ۵ درصد ویتامین A و ۷ درصد پتاسیم است.

برخی از شرکت‌های موفق در زمینه تولید خشکبار در استان فارس

نام شرکت	برند تجاری	نام مدیرعامل	نام محصول
رنگین عسل فارس		عبدالرسول طالب‌پور	خشکبار و حبوبات
بی‌تا خشکبار کامران	سرچین	مسعود جعفری	خشکبار و حبوبات
کشت سبز شیراز	کشت سبز پارمیس	سید محمدجواد نعمت‌الهی	خشکبار و حبوبات
نصرانی	نصرانی	ملک حسین کاظمی شولی	خشکبار و حبوبات
سبز بهار فارس	سبز بهار طاها	عبدالرسول نجیبی	خشکبار و حبوبات
انجیران سفیدار	دارهله	کیومرث نظری آبسردی	خشکبار
برادران هنرور	توحید	مهدی هنروریان	خشکبار
پارس محزون		محمد مهدی محزون	خشکبار
چهره بهین آسا	درویش	هادی اسداله‌پور	خشکبار
خشکبار برادران بانسی	برهون	سعید بانسی	خشکبار
	آنامک	نادعلی زارع	خشکبار
خشکبار غمگسار	تین آب و آبتین	مظفر غمگسار	خشکبار
خشکبار وطن	باهنده	حسن وطن	خشکبار
خلال بادام مهیا		نادر دلاویز	خشکبار
کشت و صنعت هانیس فارس	هانیس	محسن رحیمی	خشکبار
گیاهان سبز شفا بخش دارا بگرد	بهتا گل	غلامرضا حسینی	خشکبار
مرجان کوهسار	امیرعلی	عزت‌اله آهار	خشکبار
بازرگانی رحیم خیرده	خیرده	رحیم خیرده	خشکبار
یکتا شهر سبز	چوگان	محمد حسین صفایی‌زاده	خشکبار
تعاونی بی‌تا تین استهبان	بنا تک فیگ گلدن فیگ	عباس رضازاده	خشکبار
مائده گستر فارس	نوبهار	مهدی نژاد شیرازی	خشکبار



مشکلات صنعت خشکبار و راهکارها و پیشنهادهای عملیاتی از زبان تولیدکنندگان این محصول در استان فارس

سعید بانسی

مدیرعامل خشکبار برادران بانسی (برهون)

۱. افزایش نجومی قبوض گاز و برق، به خصوص گاز، که پیگیری‌های زیادی شده؛ اما نتیجه‌ای نداشت.
در قبض گاز چند وقتی است که بدهی از قبل می‌زنند یک میلیون تومان. پیگیری کردیم، گفتند سهمیه خوراک پتروشیمیه.
۲. افزایش بیش از حد سگ‌های ولگرد در خیابان‌های شهرک.

۳. خیابان‌های غیر هموار شهرک که ماشین با بار سنگین به در دسر می‌افتد.
۴. ترافیک سنگین درب ورودی اصلی شهرک. از طرف روستای گچی، جاده خاکی است. اگر آسفالت شود، حجم زیادی از بار ترافیک کم می‌شود.
۵. ایرادهای زیادی که بهداشت و علوم پزشکی می‌گیرند.
به‌طور مثال: از روز اول ساختمان زیر نظر علوم پزشکی احداث شده است؛ اما در هر بازدید به قسمتی از ساختمان ایراد می‌گیرند و هزینه روی دوش ما می‌گذارند.



تولیدکننده هستیم و باید مشتری‌ها را حمایت کنیم، سرمایه خود را از دست می‌دهیم یا سرمایه ما کم می‌شود؛ آن‌هم به این دلیل که سودهای بانکی زیاد است و وامی را که نیاز داریم، به تولیدکننده نمی‌دهند تا تولیدکننده سرپا بماند.

سومین مشکل این است که کشاورزها یاد گرفته‌اند محصولاتشان را احتکار کنند. قبلاً به این صورت بود که کشاورز محصولش را سر فصل که تولید می‌شد، برای عرضه به بازار ارائه می‌داد و این باعث می‌شد همیشه جو آرامی در بازار باشد و محصول زیاد بود؛ زیرا کسی دنبال احتکار کالا نبود؛ اما در حال حاضر متأسفانه کشاورزها یاد گرفته‌اند مقداری از محصولاتشان را اول فصل، مقداری را اواخر سال و مقداری را بعد از عید می‌فروشند و این مسئله باعث بالارفتن قیمت در بازار می‌شود؛ زیرا احتکار از سمت کشاورز اتفاق می‌افتد.

مهدی هنروریان

مدیرعامل شرکت خشکبار هنروریان (توحید)

اولین و مهم‌ترین مشکل این است که کارگاه‌های غیرمجاز و زیرزمینی با هزینه بسیار پایین و مواد اولیه بی کیفیت بدون هیچ نظارتی از سمت هیچ ارگانی در حال فرآوری و تولید محصولات هستند؛ همین موضوع هزینه‌هایشان را بسیار پایین می‌آورد و واقعا شرکتی مثل شرکت ما با این همه هزینه و رعایت نکات ایمنی تولید و نگهداری مواد غذایی، گاهی اوقات با یک کارگاه صدمتری نمی‌تواند رقابت کند؛ به دلیل اینکه هزینه‌های تولید آن‌ها بسیار پایین است.

مورد بعدی، عدم حمایت بانک‌هاست. هر سال ۴۰ تا ۵۰ درصد و حتی بعضی کالاها تا ۱۰۰ الی ۱۵۰ درصد افزایش قیمت دارند. متأسفانه ما که

مشکل دیگری که در بیشتر صنفاها هست، این است که هیچ سازمانی حمایت نمی‌کند. روز اول برای دریافت مجوزها به شما دلگرمی می‌دهند که شما تولید کن ما جلوی تولید قاچاق را می‌گیریم، شما تولید کن ما جلوی تولید غیر استاندارد را می‌گیریم، شما تولید و عرضه کن ما جلوی عرضه محصولات غیر استاندارد و محصولات را که تحت نظارت نبوده‌اند، می‌گیریم؛ اما همه این‌ها در حد حرف است. هیچ کدام از این کارها را انجام نمی‌دهند و فقط دروغ می‌گویند. ما در شهرک صنعتی در سال ۹۲ بالغ بر ۱۰ میلیارد سرمایه‌گذاری کردیم؛ اما اگر این ۱۰ میلیارد را شن و ماسه خریده بودیم امروز ۲۰۰ میلیارد بود. ما همه زندگی مان را در شهرک صنعتی گذاشتیم؛ به این امید که از ما برندسازی مان حمایت می‌شود؛ اما همه این‌ها دروغ بود. هر روز یک مشکل جدید برای ما درست می‌کنند و هر روز یک اتفاق جدید به وجود می‌آید؛ مثلاً یک روز علوم پزشکی با قانون جدید می‌آید، یک روز اداره دارایی می‌آید، یک روز اداره کار می‌آید، یک روز پلیس اقتصادی و هر روز یک مشکل به وجود می‌آید و این فقط باعث فراری دادن سرمایه‌گذارها و کسانانی می‌شود که با دلسوزی، اشتغال و درآمد برای خانواده‌های دیگر ایجاد می‌کنند. دولت اگر بخواهد شغل ایجاد کند به ازای هر یک نفر باید یک میلیارد تومان سرمایه‌گذاری کند؛ اما تولیدکننده بدون اینکه باری بر دوش دولت بگذارد، اشتغال ایجاد می‌کند. متأسفانه ریشه تولیدکننده و کارآفرین را با این کارها می‌زنند و قطعاً با این وضع ده سال آینده ایران را باید با کشورهایی مثل پاکستان یا سومالی مقایسه کنیم. هر روز داریم این جایگاهمان را در رده بندی‌ها از دست می‌دهیم؛ به دلایل شریایی که سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی ایجاد می‌کنند. گاهی حتی کارشناس‌هایی که در صدر کار قرار می‌گیرند، تخصصی ندارند و نمی‌دانند برای چه کاری کارشناس شده‌اند و بعضی اوقات ایرادهای بی‌جایی می‌گیرند؛ مثلاً ما از شرکت د کس آلمان دو ایزو برای بررسی کیفیت و ایمنی تولید مواد غذایی داریم و آن‌ها کار ما را تأیید می‌کنند؛ اما یک کارشناس بی‌سواد علوم پزشکی ایرادهایی از ما می‌گیرد که خنده‌دار است؛ مثلاً چرا رنگ کیسه نمکتان این طور است یا رنگ فلان محصول چرا این مدلی است.

مورد بعدی این است که نیروی کار ماهر و کارآمدی وجود ندارد و این مسئله در بیشتر صنفاها وجود دارد. نیرو را حتی با پرداخت حقوق، آموزش می‌دهیم و بعد با توجه به آموزش‌هایی که فرا گرفته، نیاز است برای مجموعه کار کند، اما کار را ترک می‌کند و هیچ حمایتی هم از سمت هیچ ارگانی، به خصوص اداره کار نمی‌شود و فقط شعار می‌دهند و دروغ می‌گویند. نیرویی را که با حقوق آموزش داده‌ای و یک سال هم برایش زحمت کشیده‌ای و تربیت کرده‌ای، با یک میلیون حقوق بیشتر جذب جای دیگری می‌شود و زحمات تو برای آموزشش با وجود اینکه حقوق دریافت کرده است، هدر می‌رود.

ماشین‌آلات مناسب در ایران وجود ندارد و اگر بخواهیم نمونه‌های خارجی را وارد کنیم، قاچاق محسوب می‌شود و اجازه واردات و ارزش جهت واردات نمی‌دهند، حمایت مالی برای واردات ماشین‌آلات مناسب صورت نمی‌گیرد تا حداقل بتوانیم با یک بسته بندی شیک و مناسب بازارهای خارجی را داشته باشیم و صادرات انجام شود. با توجه به اینکه خشکبار همیشه جزو محصولات بوده که بیشترین ارزش‌آوری را بعد از صادرات نفت و گاز داشته است، متأسفانه با توجه به عدم بسته بندی مناسب و عدم کیفیت بسته بندی این اتفاق دیگر نمی‌افتد.

مورد بعد که خیلی از تولیدکننده‌ها را از کار دلسرد می‌کند و موجب شده سرمایه خود را به سمت ساخت و ساز و دلالتی ببرند، مالیات بر درآمد و مالیات بر ارزش افزوده است که خیلی عجیب‌غریب و خطرناک است؛ تا این حد که اداره دارایی کاسب را تهدید می‌کند که امسال نمی‌توانید از مالیات فرار کنید؛ در صورتی که هیچ کاسبی نمی‌تواند فرار کند؛ زیرا هر شخصی گردش مالی و حساب بانکی‌اش مشخص است؛ ولی خب متأسفانه اداره دارایی و مالیات کاسب و تولیدکننده را به چشم یک سارق می‌بیند که باید جیبش را خالی کند؛ چون جیب مردم را خالی می‌کند، این نبود اعتماد و تهدید خیلی‌ها را فراری داده است. توی چند سال گذشته بیش از ده نفر از همکاران و دوستان بنده در صنفاهای مختلف تعطیل کرده‌اند و دلالتی می‌کنند و به خرید و فروش ملک، خودرو یا ... می‌پردازند؛ بدون اینکه مشکلی برایشان ایجاد شود.

توصیه‌های مسوولان تشکل‌های صنعت و تجارت به تولیدکنندگان این محصول

حضور فعال در بازارهای منطقه ای فراهم شود. ایجاد واحد تحقیق و توسعه (R&D) به منظور برنامه‌ریزی و چگونگی به کارگیری فناوری‌های نوین در تولید و فرآوری محصول برای صادرات پایدار از الزام‌های هر واحد صنعتی فعال است.

شناسایی ظرفیت‌های استانی و بهره‌مندی از این ظرفیت‌ها از اهداف مهم و اصلی انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی است تا بتواند با همفکری و هم‌افزایی در حوزه خشکبار شرایط توسعه صادرات و ارزش‌آوری این حوزه را بیش از پیش بسط دهد. حل مسائل و مشکلات فعالان عرصه تولید و تجارت در حوزه خشکبار با نگاه علمی و کارشناسانه از طریق مذاکره با مسوولان ارشد استانی و کشوری از اهداف تشکل‌های بخش خصوصی است تا با همکاری متخصصان و پیشکسوتان این زمینه موانع و مشکلات موجود مرتفع شده و امکان توسعه این صنعت در راستای ایجاد اشتغال و ارزش‌آوری برای کشور فراهم شود.

منبع:

سازمان توسعه تجارت ایران
اتحادیه صادرکنندگان خشکبار ایران

جمال رازقی جهرمی

رئیس انجمن صنفی کارفرمایی صنایع غذایی و تبدیلی استان فارس

صنعت خشکبار به دلیل گستردگی و تنوع بسیار، از ظرفیت بالایی در زمینه ایجاد اشتغال بهره‌مند است. بدون شک این صنعت به دلیل ارزش افزوده بالا و بازار مصرف مناسب، ارزش‌آوری قابل قبولی را به همراه دارد که می‌تواند ضمن هموارسازی مسیر رشد و ترقی کشور و منطقه، در شرایط ظالمانه تحریم‌های بین‌المللی به اندازه و سهم خود در کاهش مشکلات نقش آفرینی کند. با اینکه صنعت خشکبار بعد از پتروشیمی و فولاد بالاترین رتبه را در صادرات ایران به خود اختصاص داده، مورد بی‌مهری و اهمال مسوولان قرار گرفته است. فعالان این حوزه همواره با عزم راسخ و با وجود ناملایمی‌های اقتصادی بی‌شمار میدان را خالی نکرده و تلاش ورزیدند از جایگاه واقعی این صنعت در کشور و عرصه بین‌المللی صیانت کنند. آنچه متقن است آگاهی از عوامل موثر در بازاریابی و اتخاذ راه‌حل‌های مناسب جهت شناسایی نحوه عملکرد رقبای بازارهای جهانی است تا با برقراری ارتباط اثربخش زمینه

استفاده از اثر پپتیدهای زیست فعال مشتق شده بر آنزیم‌های آلفاآمیلاز و آلفاگلوکوزیداز لیپاز در درمان بیماری‌های متابولیک



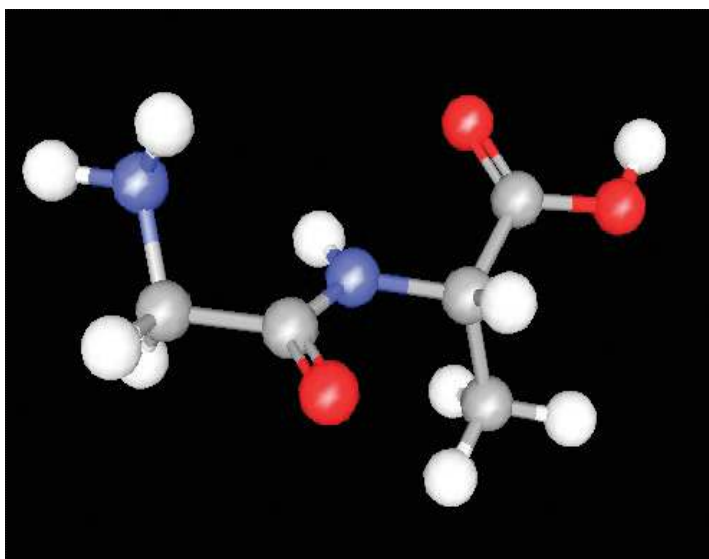
مهشید عسگری زاده

دانشجوی دکتری مهندسی شیمی، رئیس کنترل آمار و برنامه‌ریزی واحد تحقیق و توسعه، شرکت ستاره یخی آسیا (ب.ا)، شیراز، فارس، ایران



نگار ثابت سروستانی

کارشناس ارشد مهندسی صنایع غذایی، کارشناس تحقیق و توسعه، شرکت ستاره یخی آسیا (ب.ا)، شیراز، فارس، ایران



مقدمه

در سال‌های اخیر شیوع رو به رشد سندروم متابولیک و همچنین تأثیر آن بر سلامت عمومی توجه زیادی را به خود جلب کرده است. در این میان شایع‌ترین بیماری‌های متابولیک بدن انسان چاقی، دیابت و چربی خون می‌باشد. در دهه‌های گذشته، شیوع و گسترش چاقی به دلیل عدم تعادل بین دریافت و مصرف انرژی به طور چشمگیری افزایش یافته است، به طوری که در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، چاقی به شکل گسترده به میزان دو برابر در سراسر جهان افزایش پیدا کرده است. همچنین بر اساس آمار سازمان جهانی بهداشت (WHO)، چاقی پنجمین عامل مرگ و میر در جهان می‌باشد که در اثر عوارض ناشی از آن سالیانه ۲/۸ میلیون نفر در سراسر دنیا جان خود را از دست می‌دهند. از جمله عوامل بیرونی که موجب چاقی می‌شود می‌توان به کاهش فعالیت بدنی، بی‌حرکی، مصرف غذاهای پر کالری و همچنین عوامل درونی مانند عوامل ژنتیکی اشاره کرد. لازم به ذکر است که بسیاری از بیماری‌های مزمن از جمله دیابت، افزایش چربی خون، بیماری‌های قلبی و عروقی، فشار خون، سرطان در اثر چاقی ایجاد می‌شوند. دیابت یک بیماری متابولیکی است که در اثر بالا بودن قند خون به دلیل اختلال در ترشح انسولین، اختلال در عملکرد انسولین یا هر دو ایجاد می‌شود. این بیماری ممکن است ارثی یا در نتیجه اضافه وزن باشد. هم‌اکنون در جهان بیش از ۴۰۰ میلیون نفر به دیابت مبتلا هستند که البته پیش‌بینی شده است که این تعداد به بیش از ۶۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۳۵ افزایش می‌یابد. همچنین افزایش چربی خون و بیماری‌های قلبی عروقی از جمله عوامل دیگر مرگ و میر در جهان به حساب می‌آیند. روش‌های مختلفی برای درمان بیماری‌های ذکر شده وجود دارد که از جمله آن‌ها می‌توان به تغییر رژیم غذایی، انجام فعالیت‌های بدنی، درمان دارویی، جراحی معده، تحریک مصرف انرژی توسط بدن، جلوگیری از جذب چربی با مهار آنزیم لیپاز

و جلوگیری از جذب قند به وسیله مهار آنزیم‌های «آلفاآمیلاز» و «آلفاگلوکوزیداز» اشاره کرد. دو آنزیم مذکور وظیفه تبدیل کربوهیدرات‌های موجود در غذای مصرفی به گلوکز را بر عهده دارند. آلفاآمیلاز موجود در بزاق و پانکراس، مولکول‌های نشاسته را به الیگوساکارید و دی‌ساکارید تبدیل می‌کند. پس از آن، با توجه به این که آلفاگلوکوزیداز توسط سلول‌های جدار روده کوچک ترشح می‌شود، مولکول‌های الیگوساکارید و دی‌ساکارید در روده کوچک به کمک آلفاگلوکوزیداز به گلوکز تبدیل و در روده جذب می‌شوند. بنابراین مهار این آنزیم‌ها می‌تواند مصرف سریع کربوهیدرات‌های غذا را به تعویق بیندازد و مانع افزایش قند خون و چربی خون بعد مصرف مواد غذایی شود که در پی آن باعث کاهش و کنترل چاقی می‌گردد. آنزیم لیپاز که جزو مهمی از مایع تولید شده به وسیله پانکراس است، هیدرولیز اصلی چربی در بدن را بر عهده دارد. آنزیم لیپاز موجود در بزاق و معده مسئول هضم جزئی چربی می‌باشند. پس از آن، لیپاز پانکراس چربی را به مونوآسیل گلیسرول و اسید چرب هیدرولیز می‌کند تا توسط سلول‌های جدار روده جذب گردند، بنابراین مهار لیپاز پانکراس به عنوان یکی از مهمترین راهکارهای مورد قبول برای درمان چاقی و

بیماری‌های ناشی از آن محسوب می‌شود.

پپتیدهای زیست فعال:

پپتیدهای زیست فعال در محصولات غذایی مختلف مثل شیر، گندم، سویا، بادام زمینی، گوشت و غذاهای دریایی مثل میگو وجود دارند. هنگامی که پپتیدهای زیست فعال درون پروتئین والد خود قرار دارند از نظر زیستی فعال نمی‌باشند. در نتیجه این پپتیدها ممکن است به شکل‌های متفاوتی شامل هیدرولیز آنزیمی پروتئین‌ها با استفاده از روش‌های مختلف پروتئولیتیک/پپتیدولیتیک، تخمیر میکروبی، هیدرولیز فیزیکی یا شیمیایی و همچنین به صورت طبیعی طی گوارش پروتئین‌ها در دستگاه گوارش آزاد شوند. تخمیر مواد غذایی از طریق باکتری‌های پروبیوتیک می‌تواند باعث بهبود تشکیل ترکیبات زیست فعال بر اساس مزایای سلامتی بخش آن‌ها شود که این پپتیدهای زیست فعال دارای اثر مهارکنندگی بر مهار آنزیم لیپاز هستند.

پیشینه پژوهش:

تحقیقات و آزمایش‌های متعددی پیرامون ترکیبات دارویی طبیعی انجام شده است. طی چند دهه گذشته، نشان داده شده بخش‌های پروتئینی خاصی که پپتیدهای زیست فعال نامیده می‌شوند، می‌توانند به شکل مؤثری بیومارکرهای مرتبط با سلامتی را تغییر دهند. پپتیدهای زیست فعال به عنوان ترکیبات مشتق شده از مواد غذایی (حقیقی یا سنتزی) تعریف می‌شوند که علاوه بر ارزش غذایی خود، اثرات فیزیولوژیکی را در بدن اعمال می‌کنند. به طور کلی، پپتیدهای زیست فعال پپتیدهای کوچکی (۲۰-۳۰ آمینواسید) هستند که از پروتئین‌ها حاصل می‌شوند و ممکن است فعالیت‌های بیولوژیکی فراتر از ارزش غذایی مورد انتظار خود اعمال کنند. این پپتیدها که به صورت هیدرولیز آنزیمی یا تخمیر میکروبی جدا شده‌اند می‌توانند به غذاهای عملگر اضافه شوند و یا از طریق مواد دارویی مصرف گردند تا خطر چاقی، آرتروز، فشار خون شریانی و دیابت نوع دو را کاهش دهند.

همچنین در سال ۲۰۱۷ اثر شیر تخمیر شده شتر و گاو بر مهارکنندگی آنزیم‌های آلفا آمیلاز و آلفا گلوکوزیداز مورد بررسی قرار گرفت. ابتدا تخمیر شیر با استفاده از باکتری‌های لاکتوباسیلوس انجام گرفت. پس از آن سانتر فیوژ و افزودن آنزیم‌های مذکور و سوبسترای مورد نیاز انجام شد و تست آنتی‌اکسیدانی و جذب آن‌ها در طول موج‌های ۵۱۷ نانومتر (آنتی‌اکسیدانی)، ۵۴۰ نانومتر (آلفا آمیلاز) و ۴۰۰ نانومتر

(آلفا گلوکوزیداز) اندازه‌گیری شد. بر اساس نتایج به دست آمده مشاهده شد که شیر شتر تخمیر شده دارای بیشترین فعالیت آنتی‌اکسیدانی می‌باشد. همچنین هر دو نوع شیر تخمیر شده دارای اثر مهارکنندگی بیشتر از ۳۴٪ بر آنزیم‌های آلفا آمیلاز و آلفا گلوکوزیداز است.

همچنین در مطالعه دیگری اثر مهارکنندگی شیر و شیر سویا تخمیر شده به وسیله *Lactobacillus acidophilus* و *Lactobacillus bulgaricus* بر آنزیم‌های آلفا آمیلاز و آلفا گلوکوزیداز مورد بررسی قرار گرفت. پس از تخمیر شیر و شیر سویا به وسیله این دو باکتری و سانتر فیوژ و افزودن آنزیم‌های مذکور و سوبسترای مورد نیاز آن‌ها به مایع فوقانی، جذب آن‌ها را در طول موج‌های ۵۴۰ و ۴۰۵ اندازه‌گیری شد و در نهایت مشاهده شد که شیر و شیر سویا تخمیر شده به وسیله دو باکتری مذکور دارای اثر مهارکنندگی بر آلفا آمیلاز و آلفا گلوکوزیداز می‌باشند.

نتیجه:

امروزه به دلیل گسترش بیماری‌های متابولیک در سراسر جهان، مطالعه و بررسی روش‌های مختلف جهت پیشگیری و درمان این دسته از بیماری‌ها از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. در سال‌های اخیر، تحقیقات متعددی بر روی پپتیدهای زیست فعال به عنوان غذا-دارو با هدف بهبود سلامتی انجام شده است. پپتیدهای زیست فعال مشتق شده از پروتئین‌ها نقش مهمی در پیشگیری و درمان بیماری‌های متابولیک و عوارض آن از طریق مکانیسم‌های مختلف ایفا می‌کنند پیشنهاد می‌گردد، به منظور افزایش بازدهی تولید پپتیدهای زیست فعال، از ضایعات فرآوری غلات به عنوان یک ماده اولیه ایده آل و در دسترس ارزان قیمت مجدداً استفاده گردد.

References:

- Apostolidis, E., Kwon, Y., Ghaedian, R., & Shetty, K. (2007). Fermentation of milk and soymilk by *Lactobacillus bulgaricus* and *Lactobacillus acidophilus* enhances functionality for potential dietary management of hyperglycemia and hypertension. *Food Biotechnology*, 21(3), 217236-.
- Ayyash, M., Al-Nuaimi, A. K., Al-Mahadin, S., & Liu, S. (2018). In vitro investigation of anticancer and ACE-inhibiting activity, α -amylase and α -glucosidase inhibition, and antioxidant activity of camel milk fermented with camel milk probiotic: a comparative study with fermented bovine milk. *Food Chemistry*, 239, 588597-.
- Baboota, R. K., Bishnoi, M., Ambalam, P., Kondepudi, K. K., Sarma, S. M., Boparai, R. K., & Podili, K. (2013). Functional food ingredients for the management of obesity and associated co-morbidities – a review. *Journal of Functional Foods*, 5(3), 9971012-.
- Brown, L., Pingitore, E. V., Mozzi, F., Saavedra, L., Villegas, J. M., & Hebert, E. M. (2017). Lactic acid bacteria as cell factories for the generation of bioactive peptides. *Bentham Science*, 24(2), 146155-.
- Etoundi, C. B., Kuate, D., Ngondi, J. L., & Oben, J. (2010). Anti-amylase, anti-lipase and antioxidant effects of aqueous extracts of some cameroonian spices. *Journal of Natural Products*, 3(2010), 165171-.
- Hu, X., Tao, N., Wang, X., Xiao, J., & Wang, M. (2016). Marine-derived bioactive compounds with anti-obesity effect: a review. *Journal of Functional Foods*, 21, 372387-.
- Ricci-Cabello, I., Herrera, M. O., & Artacho, R. (2012). Possible role of milk-derived bioactive peptides in the treatment and prevention of metabolic syndrome. *Nutrition Reviews*, 70(4), 241255-.
- Saadi, S., Saari, N., Anwar, F., Hamid, A. A., & Ghazali, H. M. (2015). Recent advances in food biopeptides: production, biological functionalities and therapeutic applications. *Biotechnology Advances*, 33(1), 80116-.

تولید کفیران و اثر تغذیه‌ای و رئولوژی آن در فرآیندهای غذایی



که به عنوان افزودنی در تولید فرآورده‌های غذایی کاربرد دارند. مهم‌ترین کاربردهای این ترکیبات در صنعت فرآوری مواد غذایی شامل قوام دهنده‌گی، ایجاد کننده ژل، جاذب رطوبت و پایدار کننده امولسیفایرهاست (۸) اگزو پلی ساکاریدها، پلیمری از قندهای مختلف با وزن مولکولی بالا هستند که طی چرخه رشد میکروارگانیسم‌ها به ویژه لاکتیک اسیدها، باسیلوس‌ها و اکتینو باکترها تولید و به محیط اطراف ترشح می‌شوند. مهم‌ترین کاربرد اگزو پلی ساکاریدها در صنایع غذایی، به خصوص در محصولات لبنی، ژل‌ها، سس‌ها به عنوان جایگزین‌های صمغ‌ها و هیدرو کلوئیدها می‌باشد. کفیران پلی ساکارید تولید شده توسط میکروارگانیسم‌های دانه‌های کفیر به خصوص گونه لاکتوباسیلوس کفیرانوفاسینس است که حداقل ۲۴ تا ۴۵ درصد وزن دانه‌های کفیر را تشکیل داده و از دانه‌های کفیر قابل استخراج می‌باشد. تولید این پلی ساکارید به وسیله محیط کشت برخلاف استخراج از دانه‌های کفیر مشکل است اما فواید سلامتی و قابلیت‌های کاربرد فراوان این ماده علاقه به مطالعه در زمینه تولید و استخراج آن را افزایش داده است. کربن و منبع نیتروژن، نرخ همزدن و ویتامین‌ها (به عنوان مؤثرترین فاکتور جهت، pH، اپتیمم سازی شرایط محیط رشد) دمای رسیدن به ماکزیمم تولید کفیران اهمیت دارد.

کلمات کلیدی: اگزو پلی ساکارید، کفیران، جایگزین هیدرو کلوئیدها، جایگزین چربی، جایگزین صمغ‌ها



سحر بحرانی

کارشناسی مهندسی صنایع غذایی
مسئول فنی و کنترل کیفیت شرکت
زرین‌غزال (دایتی)

چکیده

همیشه کشف پلی ساکاریدهای مفید که از طریق تخمیرهای میکروبی به دست می‌آیند، از لحاظ علمی و تجاری مورد توجه بوده است. یکی از کاربردهای زیست فناوری در صنعت فرآوری مواد غذایی، تولید پلی ساکاریدهای خارج سلولی میکروبی است

مقدمه

دانه‌های کفیر که دارای ویژگی ضد باکتریایی و ضد قارچی می‌باشند (۲) در تولید نوشیدنی‌های تخمیری از شیر، از جمله کفیر به کار می‌روند و دارای خاصیت پروبیوتیک بوده و در سلامت انسان ممکن است مفید واقع شوند. ثابت شده است که میکروارگانیزم‌های کفیر، بیماری‌زا نیستند و حتی دیده شده، رشد بعضی از مخمرها و باکتری‌های بیماری‌زا مثل کاندیدا آلبیکنس، سالمونلا و شیگلا، در شیری که با دانه‌های کفیر تلقیح شده، متوقف می‌شود. (۳)

اگزوپلی ساکارید کفیران هیدروکلئیدی خنثی است که توسط باکتری لاکتوباسیلوس کفیرانوفاسینس موجود در دانه کفیر تولید می‌شود. این پلی ساکارید از واحدهای D گلوکز و D-گالاکتوز به نسبت ۱:۱ تشکیل شده است. (۶)

دانه‌های کفیر علاوه بر تولید نوشیدنی‌های تخمیری، اگزوپلی ساکارید کفیران را نیز تولید می‌کنند. این اگزوپلی ساکارید به طور یکسان از گلوکز و گالاکتوز تشکیل شده است و نسبت به هیدرولیز کاملاً مقاوم می‌باشد. (۵)

دانه‌های کفیر از مجموعه‌ای از سلول‌های میکروبی و متابولیت آن‌ها، ساخته شده است. متوسط اندازه قطر دانه‌های کفیر ۲ تا ۳ سانتی متر یا بیشتر بوده و با تشکیل یک سطح نامنظم چین خورده یا ناصاف مشخص می‌شوند. دانه‌ها از لحاظ رنگ و شکل شبیه به گل کوچک کلم می‌باشد، آن‌ها الاستیک و سفید یا مختصر زرد رنگ هستند و بویی خاص دارند. وزن خشک دانه‌های تازه حدود ۱۰ تا ۱۶ گرم در ۱۰۰ گرم است که شامل ۳۰ گرم در ۱۰۰ گرم پروتئین و ۲۵-۵۰ گرم در ۱۰۰ گرم کربوهیدرات می‌باشد. در دانه‌های کفیر مخمرها، باکتری‌های اسیداستیک و لاکتیک اسیدباکتری‌ها به صورت هم زیست با هم زندگی می‌کنند. (۱) این میکروارگانیزم‌ها، متابولیت‌های فعال بیولوژیکی را که برای رشد دانه و ممانعت از میکروارگانیزم‌های خارجی و پاتوژن ضروری است سنتز می‌کنند. از جمله این متابولیت‌های تولید شده، پلی ساکارید می‌باشد. پلی ساکارید یا به صورت لایه‌های آمورف یا کپسول اطراف سلول رادر بر گرفته یا به عنوان اگزوپلی ساکارید به محیط خارج ترشح می‌شود و در مورد لاکتوباسیلوس کفیرانوفاسینس که تولید کننده اصلی پلی ساکارید در دانه‌های کفیر محسوب می‌شود به اگزوپلی ساکارید، کفیران مایع و به پلی ساکارید کپسولی کفیران کپسولی گفته می‌شود. (۴) کفیران نقش مهمی رادر برقراری تعادل اکولوژی دانه‌ها دارد به ویژه زمانی که دانه‌ها بازگردانی و یا خشک شده و به طور متوالی در تلقیح شیر استفاده می‌شوند.

فواید سلامتی کفیران

کفیران دارای خاصیت ضدسرطانی، محرک سیستم ایمنی و ضد جهش و جلوگیری کنندگی از ایجاد زخم معده می‌باشند و همچنین به عنوان ترکیبات پروبیوتیک عمل می‌کنند. کفیران اثر مثبتی بر کاهش کلسترول، فشار خون و قند خون دارد و به این دلایل تولید آن با اهداف صنعتی در حال بررسی است. این ماده می‌تواند نوعی حساسیت شدید توسط پیکریل امید در بدن انسان را به تأخیر اندازد. علاوه بر این اثر افزایشی روی تولید اینترفرون بتا در سلول‌های حیوانی داشته که توسط هورمون‌های استرس (کورتیزول و نورادرالین) در سلول‌های انسان متوقف شده است. کفیران فعالیت آنتی باکتریال و ضدقارچی نیز دارد. ادعا شده که کفیران در مقابل جنس‌های پاتوژن مانند سالمونلا، هلیکوباکتر، شیگلا، استافیلوکوکوس و اشرشیاکلاهی عمل می‌کند و فعالیت ضدفساد نشان می‌دهد. نتایج برخی تحقیقات نشان داده است که استرپتوکوکوس پیوژنز بیشترین حساسیت را به کفیران داشته است. (۱۰)

استخراج کفیران از دانه‌های کفیر

کفیران در محلول‌های آبی شامل اتانول تشکیل ژل داده و این مساله اساس استخراج و جداسازی آن محسوب می‌شود. قبل از عمل استخراج، دانه‌ها با آب مقطر شسته و مقدار وزن شده از دانه‌های کفیر (۱:۱۰۰) به مدت ۱ ساعت در آب داغ در حین هم‌زدن فرآیند شده و در دور ۱۶۰۰g به مدت ۱۵ دقیقه سانتریفوژ می‌شود. مجدداً این

عمل با رسوبات باقی مانده تکرار می‌شود. پلی ساکارید با اضافه کردن حجمی معادل از اتانول سرد و رها سازی آن در ۴ درجه سانتی‌گراد به مدت یک شبانه روز ته نشین می‌شوند. ذرات مجدداً در آب داغ به نسبت ۱:۱۰۰ به مدت ۱ ساعت و دمای ۷۰ درجه سانتی‌گراد در ضمن هم‌زدن حل شده و ته نشین سازی مجدداً تکرار می‌شود. ذرات در نهایت در 100ml آب مقطر حل و جداسازی شده و لیفولیز می‌شود. در استخراج پلی ساکاریدها از گونه‌های ایزوله شده، دانه‌های کفیر با آب مقطر استریل شسته شده و در مخلوط کن هم‌وزن می‌شود. گونه‌های طنابی شکل با پلیت کردن دانه‌های کفیر هم‌وزن و رقیق شده روی محیط MRSL جداسازی می‌شوند. کالچر در دور 16000g به مدت ۱۵ دقیقه سانتریفیوژ شده و پلی ساکارید از سلول‌ها و مایع شناور روی سطح استخراج می‌شوند. پلی ساکاریدهای مایع شناور با افزودن مقدار معادل اتانول سرد در ۴ درجه سانتی‌گراد در طول یک شب ته نشین می‌شوند. ذرات با سانتریفیوژ جمع‌آوری شده و سایر مراحل مانند قبل انجام می‌شود. (۱۰)

کاربرد کفیران در صنعت غذا

تأثیر بر خواص رئولوژی خمیر

طی بیست سال اخیر، یک رده جدید از تولیدات میکروبی در صنعت، بسیار مورد توجه قرار گرفته است که به عنوان جایگزین پلیمرهای طبیعی و یا سنتزی محلول در آب استفاده می‌شوند. پلی ساکاریدهای خارج سلولی، از نظر ساختاری شبیه به رشته‌هایی از سلول‌های باکتریایی به هم پیوسته هستند که تشکیل شبکه درهم تنیده می‌دهند، ساختمان پلیمری پیچیده آن‌ها، شامل واحدهای متوالی و تکرار شونده‌های از الیگو پلی ساکاریدهای پلیمریزه شده می‌باشد. (۸) از پلی ساکاریدهای خارج سلولی در صنعت به طور متداول مورد استفاده می‌شود. افزودن کفیران و افزایش سطوح آن، در زمان‌های ۲۰ و ۹۰ دقیقه تخمیر، منجر به کاهش معنی‌داری در کشش پذیری خمیرها نسبت به خمیر مشاهده می‌شود. شدت کاهش کشش پذیری خمیرها با افزودن کفیران، در نتیجه ایجاد خمیر قوی‌تر، در اثر افزودن این نوع اگزوپلی ساکارید می‌باشد، که باعث کاهش الاستیسیته و در نتیجه سریع‌تر پاره شدن خمیر می‌شود. در واقع در اثر ایجاد خمیر قوی‌تر، خمیر بیشتر همانند یک جسم جامد عمل می‌کند تا یک ماده ویسکوالاستیک. همچنین در این حالت، کرنش غیر قابل بازگشت، نسبت به کرنش برگشت پذیر کاهش می‌یابد. (۷)

استحکام بافت و جلوگیری از بیات شدن

محلول کفیران دارای خواص نیوتونی است که با افزایش غلظت آن خواص سودوپلاستیک از خود نشان می‌دهد و همچنین دارای خواص ژل‌کنندگی، قوام‌دهندگی و غلیظ‌کنندگی است. افزودن ۵٪ کفیران به ماست و ماست میوه‌ای منجر به افزایش استحکام ماست و افزایش پیوندهای غیر کوالان می‌شود که در نهایت سبب کاهش میزان سینرزیس و بهبود احساس دهانی مطلوب می‌شود. همچنین افزودن ۳٪ کفیران به نان، بیاتی، سفتی، رتر و گراداسیون و درصد افت پخت نان را کاهش و حجم نان را افزایش می‌دهد که احتمالاً به دلیل پایداری در سطح

محبوس کند که نهایت توانایی نگهداری آب پایین می‌رود. افزایش غلظت کفیران به ماست میوه‌ای هم زده موجب افزایش معنی داری در اندیس قوام شد، به طوری که سطح ۰.۸، درصد کفیران استحکام بافت بیشتری داشت. بررسی ریز ساختاری نشان داد که افزایش غلظت کفیران تا غلظت ۰.۸، درصد در ماست میوه‌ای هم زده دارای بافت مستحکم‌تر و خلل و فرج کمتری داشت که این به دلیل ساختار ژل سه بعدی کفیران و پیوندش با پروتئین‌های کازئینی است. نتایج کلی نشان می‌دهد که سطح ۰.۵، درصد کفیران به عنوان سطح بهینه در ماست میوه‌ای هم زده انتخاب می‌شود. (۷)

نتیجه‌گیری

لاکتیک اسید باکتریار گانیسم‌های ایمن می‌باشند که پلی ساکارید تولید شده توسط آن‌ها می‌تواند به عنوان منبعی جایگزین سایر پلی ساکاریدهای میکروبی جهت کاربرد در فرمولاسیون‌های غذایی به کار برده شود. اما به دلیل سطوح پایین تولید اگزوپلی ساکاریدهای لاکتیک اسید باکتریاهنوز به صورت صنعتی به عنوان افزودنی‌های غذایی استخراج نشده‌اند با این حال پلی ساکاریدهای تولید شده توسط میکروارگانیسم‌های دانه‌های کفیر، تحت عنوان کفیران، به دلیل سهولت جداسازی و استخراج نسبت به سایر پلی ساکاریدها می‌تواند یک پیشنهاده چاره ساز باشد. قابلیت کاربردی فراوان کفیران در صنعت غذا نیز علاقه برای مطالعه جهت این ماده را افزایش داده است. کفیران علاوه بر داشتن خواص تغذیه‌ای، به دلیل ساختار پلی ساکاریدی و آب دوست، می‌تواند بر ویژگی‌های رئولوژیکی و کیفی مواد غذایی تأثیر مثبت و بسزایی به جا بگذارد. بنابراین می‌توان از آن در جهت بهبود ویژگی‌های مواد غذایی و فرآورده‌های نانوائی استفاده کرد، ضمن این که از خواص تغذیه‌ای و درمانی آن به عنوان غذایی فراسودمند بهره مند شد. (۶)

نتایج حاصل از تأثیر کفیران بر ویژگی‌های رئولوژیکی خمیر نشان داد که افزودن کفیران منجر به بهبود ویژگی‌های رئولوژیکی خمیر از جمله جذب آب، افزایش مقاومت به کشش پذیری خمیر، انرژی و ضریب ویسکوالاستیک خمیر، کاهش شاخص تحمل به اختلاط خمیر و درجه نرم شدن خمیر بعد از مدت زمان ۱۵ و ۲۵ دقیقه شد. در نهایت می‌توان بیان کرد که اگزوپلی ساکارید کفیران می‌تواند ویژگی‌های رئولوژیکی خمیر را بهبود بخشد، ضمن این که از ویژگی‌های منحصر به فرد تغذیه‌ای آن، به عنوان یک ترکیب فراسودمند می‌توان بهره مند شد. (۶)

مشترک مجموعه سلول‌های گازی در سطح پخت باشد که توانایی نگهداری گاز در آن‌ها افزایش یافته است همچنین افزودن کفیران منجر به بهبود معنی داری در عطر، آروما، طعم، مزه، پوکی و تخلخل نان می‌شود. کفیران با مولکول‌های آب موجود در نان باند شده و سبب کاهش معناداری در افت وزنی نان‌ها می‌شود. (۹)

جایگزین چربی

امروزه به دلیل افزایش بیماری‌های قلبی و عروقی ناشی از مصرف مواد غذایی پر چرب، تمایل مصرف کنندگان به مصرف مواد غذایی کم چرب و محصولات لبنی با چربی کاهش یافته شده است، جایگزین‌های چربی ترکیباتی هستند که روی ویژگی‌های محصول نظیر طعم، احساس دهانی، بافت، ویسکوزیته و سایر خصوصیات ارگانولپتیک تأثیر می‌گذارند. استفاده از جایگزین‌های چربی در غذاها نقش مهمی در سلامت انسان به خصوص کاهش بیماری‌های قلبی و عروقی دارد. نمونه‌ها در شرایط یکسان تولید و در دمای ۴°C به مدت ۲۸ روز نگهداری شدند. نتایج نشان داد که غلظت کفیران بر روی pH ماست اثری ندارد. بالاترین توانایی نگهداری آب در بین تمام نمونه‌ها مربوط به ماست ۵ درصد کفیران بود. افزایش غلظت کفیران باعث افزایش اندیس قوام و همچنین بافت فشرده تری ایجاد شد. کفیران می‌تواند بهترین جایگزین چربی در ماست هم زده میوه‌ای استفاده شود. نتایج حاصل از آزمون‌های مختلف نشان داد که کفیران اثر معنی داری بر روی pH ماست ندارد. اگزوپلی ساکارید کفیران در سطح ۰.۸، درصد منجر به کاهش معنی داری در میزان توانایی نگهداری آب نسبت به تیمارهای دیگر شده است. سطح ۰.۵، درصد کفیران بالاترین درصد توانایی نگهداری آب را داشت با توجه به غلظت بالای کفیران در پیوند بین پروتئین‌ها و پیوند بین پروتئین‌ها و میسل‌های کازئین اختلال به وجود می‌آورد و در نهایت نمی‌تواند آب را در خود

References:

1. Arihara.K.,Toba.T., Adachi.S. (1990). Immunofluorescence microscopic studies on distribution of Lactobacillus kefiranofaciens and Lactobacillus kefir in kefir grains. International Journal of Food Microbiology, 11: (127- 134)
- 2-Rodrigues KL, Caputo LR, Carvalho JC, Evangelista J, and Schneedorf JM, 2005. Antimicrobial and healing activity of kefir and kefiran extract. International Journal of Antimicrobial Agents, 25: 404408-.
3. 191194- Ribotta PD, Ausar SF, Beltramo DM. and Leon AE, 2005. Interactions of hydrocolloids and sonicated-gluten proteins. Food Hydrocolloids. 19: 93-99.
4. Kooiivian.P., (1967). Kefiran, a Novel Polysaccharide Produced in the Kefir Grain by Lactobacillus brevis. Archiv fir Mikrobiologie, 59: (269-278).
- 5-The Effect of Some Fermentation Conditions on the Production of Kefiran by Kefir Grains in Fermented Milk- Fahime Ajam, Hadi Koohsari-Some of Research and Innovation in Food Science and Technology- 2021

۶- تأثیر کفیران بر ویژگی‌های فیزیکی شیمیایی گندم و آرد و خواص رئولوژیکی خمیر - منصوره سلیمانی فرد، مهران اعلمی، فرامرز خداییان چگنی، گودرز نجفیان، علیرضا صادقی ماهونک و مرتضی خمیری - نشریه پژوهش‌های صنایع غذایی / جلد ۲۲ شماره ۳ / سال ۲۲۲

۷- اثر کفیران به عنوان جایگزین چربی بر خصوصیات فیزیکی شیمیایی، ریز ساختاری ماست میوه‌ای هم زده - مرجان حاجی‌ئی، فرامرز خداییان، رضوان پوراحمد - چهارمین همایش ملی امنیت - ۱۳۹۴

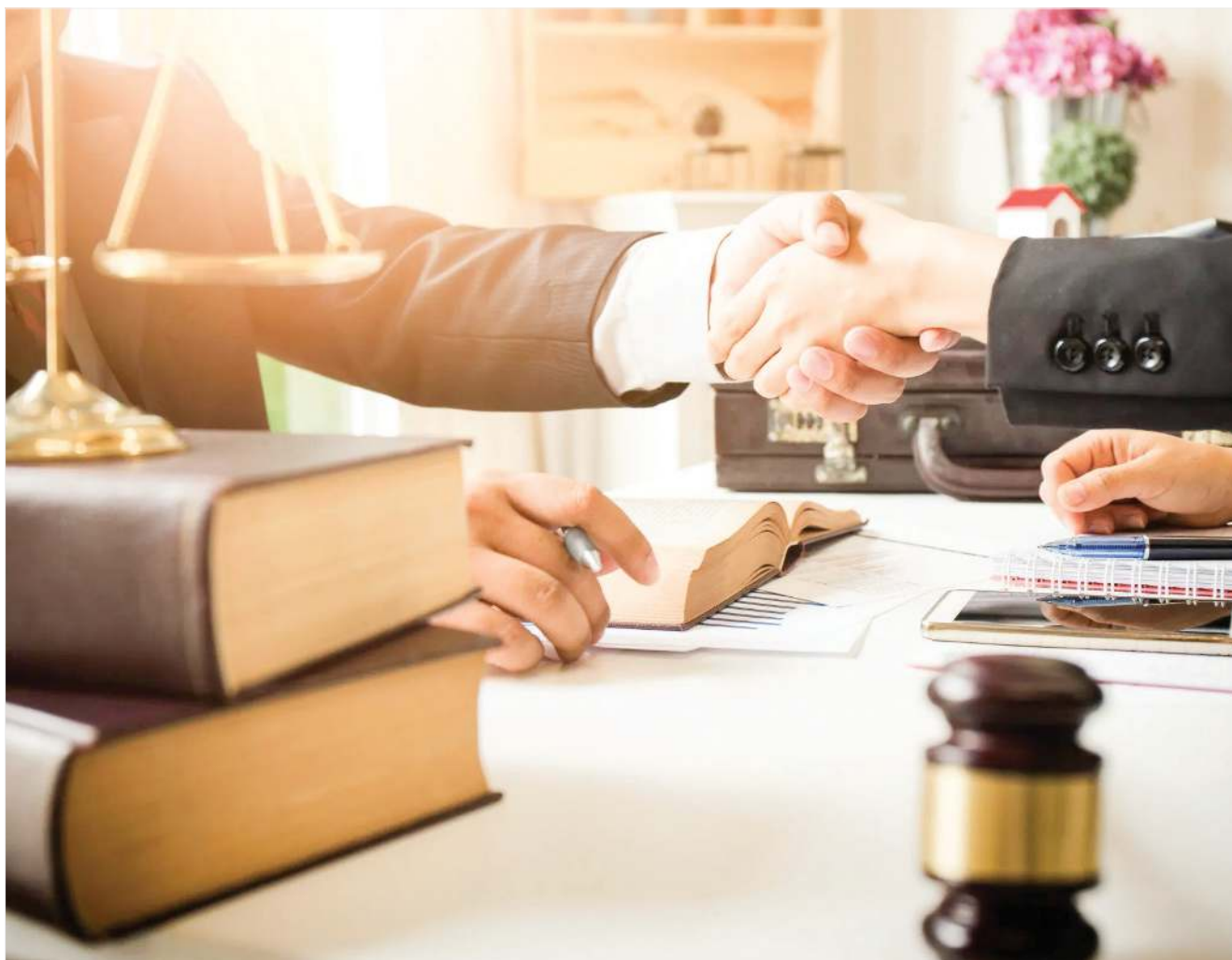
۸- مروری بر مهم‌ترین کاربردهای پلی ساکاریدهای خارج سلولی میکروبی در صنعت فرآوری مواد غذایی - مجله ایمنی زیستی دوره ۸، شماره ۲، زمستان ۱۳۹۴

۹- استفاده از اگزوپلی ساکاریدهای میکروبی در صنعت غذا - راضیه اسلامی، سید محمد باقر هاشمی - همایش ملی بهداشت و صنایع غذایی - ۱۳۹۹

۱۰- پلی ساکارید کفیران و کاربرد آن در صنعت غذا - مزده کریمی - سومین همایش ملی کشاورزی و صنایع غذایی - ۱۳۹۱

فصل سوم

حقوق شرکتها (بخش دوم)



۳۷ شرح حقوق شرکتها

۳۷ ممکن است گفته شود شریک ۹۹ درصدی در صورت مخالفت شریک یک درصدی می تواند بخشی از سهم الشرکه خود را به دیگری واگذار کرده و مشکل را حل کند؛ منتها باید گفت اگر شریک اخیر در زمان تأسیس چنین راه حلی را اتخاذ نکرده باشد، پس از تأسیس چنین انتقالی ممکن نیست زیرا انتقال سهم الشرکه به شخص دیگر هم مستلزم موافقت اکثریت عددی شرکا است که با مخالفت شریک یک درصدی محقق نمی شود؛ بنابراین برای در اختیار داشتن کنترل کامل شرکت با مسئولیت محدود باید علاوه بر ۷۵ درصد سرمایه شرکت، اکثریت عددی را هم داشت؛ یعنی اگر شرکت ۳ عضو دارد، حداقل باید ۲ عضو رأی مثبت دهند تا آن تصمیم اعتبار یابد یا ۳ از ۴ یا ۳ از ۵ یا ۴ از ۶ و الی آخر.

۳۸ انحلال شرکت با مسئولیت محدود مستلزم داشتن بیش از نصف سرمایه شرکت است بنابراین شریکی که ۵۱ درصد سهم الشرکه را دارد می تواند شرکت را منحل کند ولو اینکه اکثریت عددی را نداشته باشد.

۳۹ سایر تصمیمات در شرکت های با مسئولیت محدود، مستلزم داشتن حداقل نصف سهم الشرکه است؛ بنابراین شریکی که ۵۰ درصد سرمایه شرکت را دارد می تواند مدیر شرکت را تعیین کند؛ اگر مجمع شرکا در نوبت اول دعوت شده و حد نصاب اخیر برای تصمیم گیری وجود نداشت در بار دوم، اکثریت عددی شرکا می توانند تصمیم گیری کنند؛ به عنوان مثال ۴ شریک که هر کدام ۲۵ درصد سهم الشرکه را دارند همگی باهم اختلاف دارند، اگر یکی از شرکا فوت کند و چهار ورثه داشته باشد، ورثه شریک متوفی می توانند مجمع را برای بار اول دعوت کنند که طبیعتاً به لحاظ فقدان شریک یا شرکای دارای ۵۰ درصد سرمایه تصمیمی اتخاذ نمی شود ولی در نوبت دوم ورثه متوفی چون ۴ شریک از جمع ۷ شریک محسوب می شوند می توانند مدیر شرکت را انتخاب کرده و کنترل شرکت را به دست بگیرند.

شرکت با مسوولیت محدود

۴۰ سهام مؤثر در شرکت سهامی خاص

۶۸ و بالاتر	× سهام غیر مؤثر	۷۶ و بالاتر	× سهم الشرکه غیر مؤثر
۶۷	مؤثر √	۷۵	مؤثر √
۵۲ تا ۶۶	× غیر مؤثر	۵۲ تا ۷۴	× غیر مؤثر
۵۱	مؤثر √	۵۱	مؤثر √
۵۰	مؤثر √	۵۰	مؤثر √
۳۵ تا ۴۹	× غیر مؤثر	۲۷ تا ۴۹	× غیر مؤثر
۳۴	مؤثر √	۲۶	مؤثر √
۳۳ و کمتر	× غیر مؤثر	۲۵ و کمتر	× غیر مؤثر

۴۱ ذکر این نکته ضروری است که تعیین سهام مؤثر در یک شرکت به ترکیب سهامداری شرکت بستگی دارد؛ به عنوان مثال اگر شریک الف و ب هر کدام ۴۹ درصد سهام شرکت داشته باشند و شریک ج فقط ۲ درصد سهم داشته باشد، سهام ج را می توان تحت شرایطی سهام مؤثر در نظر گرفت زیرا اگر چه شریک ج به تنهایی نمی تواند تصمیم گیر باشد ولی در فرض اختلاف شریک الف و ب، نقش شریک ج در الحاق به الف یاب بسیار سرنوشت ساز خواهد بود و حق رأی وی را ارزشمند خواهد نمود؛ همچنین است در فرضی که الف ۳۳ درصد و ب ۶۶ درصد و ج ۱ درصد سهام دارد که در این فرض هم باید سهام ج را سهام مؤثر دانست.

۴۲ حداقل حدنصاب و اکثریت های مقرر در قانون تجارت اصولاً از قواعد آهه محسوب می شوند؛ بنابراین نمی توان در اساسنامه شرکت مغایر آن ها را پیش بینی نمود؛ به عنوان مثال تصمیمات مجمع عمومی فوق العاده در شرکت سهامی با اکثریت دو سوم آرای حاضر در مجمع اتخاذ می شود و اساسنامه نمی تواند اکثریت اخیر را به نصف به علاوه یک، کاهش دهد؛ البته مطابق نظر غالب و رویه عملی، در نظر گرفتن حدنصاب و اکثریت بیشتر اشکالی ندارد یعنی اساسنامه می تواند مقرر کند که افزایش سرمایه منوط به موافقت ۷۵ درصد سهامداران است؛ بدیهی است در مواردی که قانون در خصوص حدنصاب تشکیل مجامع و یا اکثریت لازم جهت تصمیم گیری ساکت است، ملاک اساسنامه خواهد بود.

۴۳ اگر سهام مؤثر در اختیار شخصی باشد و وی جهت قانع کردن شریک خویش، سمت مدیریت عاملی را به وی بسپارد چنین اقدامی نفعی برای شریک متصدی سمت مدیر عاملی ندارد زیرا دارنده سهام مؤثر می تواند حتی پیش از اتمام مدت مدیریت هیات مدیره و مدیر عامل، با تشکیل مجمع نسبت به تغییر هیات مدیره و سپس با تشکیل هیات مدیره مورد نظر خویش، نسبت به تغییر مدیر عامل اقدام نماید؛ بنابراین چنین امتیازی باید با رعایت ساز و کارهای قانونی در اساسنامه پیش بینی شود و به نحوی باشد که شریک مقابل نتواند امتیاز مندرج در اساسنامه را بعداً تغییر دهد.

۴۴ انتقال سهم الشرکه در شرکت با مسوولیت محدود مستلزم حد نصاب بالا است (۷۵ درصد سرمایه به علاوه اکثریت عددی)؛ بنابراین انتقال گیرنده سه باید پیش از معامله و پرداخت ثمن معامله از وجود مصوبه شرکاء مبنی بر موافقت با انتقال سهم مطلع شود؛ البته مطابق نظر غالب، اگر انتقال در بین شرکاء باشد نیازی به مصوبه اخیر نیست و موافقت شرکاء برای انتقال سهم به شخصی خارج از شرکاء ضروری است. علاوه بر دشواری جلب موافقت اکثریت لازم برای انتقال سهم، طبق ماده ۱۰۳ قانون تجارت، انتقال سهم الشرکه در شرکت با مسوولیت محدود در صورتی معتبر است که با سند رسمی باشد؛ بنابراین اگر مبلغ اسمی سهام بالا باشد، حق ثبت و حق تحریر دفتر خانه را نیز باید به هزینه مالیات انتقال سهم اضافه نمود.

۴۵ مالیات انتقال سهام و سهم الشرکه شرکت های خارج از بورس، طبق ماده ۱۴۳ قانون مالیات های مستقیم، چهار درصد ارزش اسمی سهام است، بنابراین مبلغ واقعی معامله ملاک عمل نیست؛ به عبارت دیگر اگر شخصی ۵۰٪ سهام شرکت با

۴۶ در عمل، انتقال دهندگان برای عدم پرداخت مالیات نقل و انتقال، از راهکار تغییر سرمایه استفاده می کنند؛ توضیح آنکه به عنوان مثال، شرکت سرمایه شرکت را از یک میلیارد تومان به پانصد میلیون کاهش داده و شریک مورد نظر از شرکت خارج می شود و سپس انتقال گیرنده در قالب افزایش سرمایه وارد شرکت می شود و به این نحو از پرداخت ۴ درصد مبلغ اسمی (در فرض مطروحه ۴ درصد ۵۰۰ میلیون که می شود ۲۰ میلیون) خودداری می نماید؛ به ویژه اینکه اگر در گذشته مالیات بر سرمایه شرکت پرداخت شده باشد، افزایش سرمایه تا میزان سرمایه پیشین مستلزم پرداخت مالیات بر سرمایه مجدد نیست (قسمت اخیر ماده ۴۸ ق.م.م).

۴۷ سهام خواه با نام یا بی نام مشمول مالیات انتقال است (تبصره ۱ ماده ۱۴۳)؛ بنابراین در صورتی که سهامدار دارای سهامدار بی نام تغییر کند چنانچه اداره ثبت شرکت ها به واسطه تغییر اسمی سهامداران پیوست صورت جلسه مجمع به این موضوع پی ببرد، ثبت صورت جلسه را منوط به واریز مالیات نقل و انتقال خواهد نمود؛ بنابراین اگر از انتقال سهام بی نام گاه مالیات اخذ نمی شود، به خاطر معافیت این نوع سهام از مالیات انتقال نیست بلکه به خاطر عدم کشف انتقال است.

۴۸ در شرکت های با مسوولیت محدود، سهم الشرکه بی نام نداریم و باید مالک سهم الزاماً معلوم باشد ولی در شرکت های سهامی، سهام ممکن است بانام یا بی نام باشد؛ البته به لحاظ شفاف نبودن مالکیت سهام بی نام، در بورس اوراق بهادار، سهام تمام شرکت ها بانام هستند و سهام بی نام نداریم؛ از مصادیق عدم شفافیت و دور زدن قانون، تملک سهام بی نام توسط کارمند دولت و معامله با دولت است که اگر چه تحت شرایط قانون منع مداخله کارکنان دولت باطل است ولی چون مالک سهام بی نام مشخص

نیست، ممکن است اشخاص، قانون اخیر را به این شکل کنار بگذارند.

۴۹ برخلاف انتقال سهم‌الشرکه در شرکت‌های با مسئولیت محدود که مستلزم تنظیم سند رسمی در دفتر خانه است، نه تنها برای انتقال سهام در شرکت‌های سهامی نیازی به تنظیم سند رسمی نیست بلکه تنظیم سند رسمی هم موجب استقرار مالکیت خریدار در برابر شرکت یا اشخاص ثالث نمی‌شود و انتقال سهام در شرکت سهامی باید در دفتر ثبت سهام شرکت که نزد هیات مدیره شرکت است ثبت شود؛ این در حالی است که بسیاری از شرکت‌های فعال در ایران فاقد چنین دفتری هستند! به هر حال اگر نام خریدار در دفتر مذکور ثبت نشود خریدار نمی‌تواند در برابر شرکت یا اشخاص ثالث به قرارداد خرید خود استناد کند؛ بنابراین شرکت می‌تواند از ورود چنین خریداری به مجمع جلوگیری کند یا سودی به وی پرداخت نکند؛ همچنین اشخاص ثالث که از فروشنده سهام طلبکار هستند می‌توانند سهام او را به نفع خود توقیف کنند زیرا مطابق دفتر ثبت سهام شرکت، هنوز فروشنده مالک سهام است؛ بنابراین خریدار باید از فروشنده بخواهد که نام وی در دفتر ثبت سهام شرکت وارد شود و در صورتی که انتقال منوط به موافقت هیات مدیره است، چنین مصوبه‌ای از سوی فروشنده ارائه شود و در نهایت طی صورتجلسه‌ای این انتقال به اداره ثبت شرکت‌ها اعلام گردد؛ در صورتی که شخصی سهام خویش را فروخته ولی تشریفات بالا را انجام نمی‌دهد؛ خریدار می‌تواند علیه فروشنده طرح دعوی کرده و وی را به ثبت انتقال در دفتر ثبت سهام شرکت ملزم کند؛ بدیهی است چنانچه در شرکت سهامی خاص، انتقال منوط به مصوبه هیات مدیره باشد و چنین مصوبه‌ای اخذ نشده باشد شرکت می‌تواند بدون ارائه هیچ دلیلی با انتقال مخالفت کند و نتیجتاً معامله سهام معتبر نخواهد بود و خریدار می‌تواند مبلغ پرداختی را از فروشنده مسترد کند و حقی نسبت به سهام ندارد.

۵۰ توقیف سهام در شرکت‌های بورسی از طریق سازمان بورس (شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه) و در شرکت‌های سهامی و تعاونی خارج از بورس با اعلام هیات مدیره همان شرکت جهت درج در دفتر ثبت سهام شرکت و در سایر شرکت‌ها (تنظیم شرکت با مسئولیت محدود) از طریق اداره ثبت شرکت‌ها به عمل می‌آید.

۵۱ در خرید سهام یا سهم‌الشرکه باید توجه نمود که شرکت از حداقل شریک لازم برای تأسیس نباید کمتر شود بنابراین یک شخص نمی‌تواند ۱۰۰ درصد سهم‌الشرکه شرکت با مسئولیت محدود را بخرد و حتماً باید سهمی ولو اندک را برای شخص دیگری در نظر گیرد و در هنگام تنظیم سند رسمی در صورتی که همه شرکای فعلی می‌خواهند سهم خود را واگذار کرده و از شرکت خارج شوند، در قسمت انتقال گیرنده، نام حداقل دو شخص باید ذکر شود و اگر شرکت سهامی خاص است، حداقل نام سه شخص باید ذکر شود.

۵۲ اصولاً امکان اخراج اجباری شریک از شرکت وجود ندارد؛ با وجود این، اولاد شرکت‌های تعاونی استثناً این موضوع پیش‌بینی شده است (ماده ۱۳ قانون بخش تعاون مصوب ۱۳۷۰) ثانیاً در شرکت‌های سهامی هم تحت شرایط محدود و عملی نادر

چنین امری قابل تصور است (مانند تبدیل سهام بی‌نام به بانام موضوع مواد ۴۵ و ۴۶ و یا عدم پرداخت سهام تعهدی موضوع مواد ۳۵ و ۳۶ لایحه اصلاحی قانون تجارت).

۵۳ در صورت فوت سهامدار، سهام به ورثه وی می‌رسد و مانند سایر شرکای شرکت عضو شرکت می‌شوند؛ البته در شرکت‌های با مسئولیت محدود می‌توان شرط کرد که در صورت فوت یکی از شرکا، سایرین حق منحل کردن شرکت را دارند (بند ماده ۱۱۴ قانون تجارت)؛ با وجود این، در اساسنامه‌های چاپی اداره ثبت شرکت‌ها چنین شرطی وجود ندارد؛ بنابراین عملاً فوت شریک تأثیری در بقای شرکت سهامی یا با مسئولیت محدود ندارد.

۵۴ راحت‌ترین راه افزایش سرمایه در شرکت سهامی از طریق مطالبات حل شده است که طلبکار ممکن است سهامدار یا ثالث باشد؛ در صورت افزایش سرمایه از طریق مطالبات حل شده، باید لیست طلبکاران و مبلغ طلب به تأیید بازرس برسد و در صورتی که منشاء طلب سود تقسیم نشده میان سهامداران باشد، چنین امری باید به تأیید هیات مدیره برسد.

۵۵ از دیگر راه‌های افزایش سرمایه توسط مجمع عمومی فوق‌العاده، تجدید ارزیابی دارایی است. به این معنا که به عنوان مثال، شرکت، ساختمانی را در سال ۱۳۷۰ به مبلغ ده میلیون خریداری و در دفاتر خویشت ثبت کرده است و الان در سال ۱۳۹۷، ارزش واقعی و روز ساختمان یک میلیارد است، در این صورت شرکت می‌تواند، با جلب نظر کارشناس رسمی دادگستری (ماده ۶ آیین‌نامه) افزایش مبلغ اخیر را تحت عنوان مازاد تجدید ارزیابی ثبت و در ترازنامه به عنوان بخشی از حقوق صاحبان سرمایه طبقه‌بندی نماید. در این روش، نقدینگی به شرکت تزریق نمی‌شود بلکه با یک عملیات حسابداری، سرمایه ثبتی شرکت افزایش پیدا کرده و اعتبار شرکت جهت دریافت تسهیلات بانکی یا سایر موارد، افزایش پیدا می‌کند؛ گفتنی است تجدید ارزیابی که شخص حقوقی با رعایت استانداردهای حسابداری انجام می‌دهد تحت شرایطی از پرداخت مالیات بر درآمد معاف است (آیین‌نامه اجرایی تبصره ۱ ماده ۱۴۹ قانون مالیات‌های مستقیم مصوب ۱۳۹۵/۱/۲۱).

۵۶ نیازی نیست که تمام تصمیمات هیات مدیره با مجامع به اداره ثبت شرکت‌ها اعلام و یا نشر آگهی شود؛ تنها اعلام موارد زیر به اداره ثبت شرکت‌ها الزامی است:

- انتخاب مدیران و بازرس یا بازرسان (بند ۱ ماده ۱۰۶ لایحه اصلاحی قانون تجارت)
- انتخاب مدیرعامل و حدود اختیارات وی (ماده ۱۲۸ لایحه اصلاحی قانون تجارت)
- تصویب ترازنامه (بند ۲ ماده ۱۰۶ لایحه اصلاحی قانون تجارت و ماده ۲۰۰ قانون تجارت)
- هر نوع تغییر در اساسنامه و سرمایه شرکت (بند ۳ ماده ۱۰۶ لایحه اصلاحی قانون تجارت و ماده ۲۰۰ قانون تجارت)
- انحلال شرکت و نحوه تصفیه آن (بند ۴ ماده ۱۰۶ لایحه اصلاحی قانون تجارت و ماده ۲۰۰ قانون تجارت)
- تغییر شرکت (ماده ۲۰۰ قانون تجارت).

۵۷ قانون برای ارسال صورت جلسه مجمع یا هیات مدیره به اداره ثبت شرکت‌ها مهلتی مقرر نکرده است مگر در سه مورد که اختصاص به شرکت سهامی دارد:

- صورت جلسه عملی کردن افزایش سرمایه که مهلت آن یک ماه است (ماده ۱۶۳)؛
- صورت جلسه انحلال شرکت که مهلت آن ۵ روز است (ماده ۲۰۹)؛
- صورت جلسه ختم تصفیه که مهلت آن یک هفته است (ماده ۲۲۶).

نتیجه عملی عدم رعایت مواعد فوق، برگشت خوردن صورت جلسه و عدم ثبت آن توسط اداره ثبت شرکت‌ها است.

۵۸ یکی از راه‌های مفید و کاربردی پیاده کردن توافقات اشخاص برای اداره شرکت این است که سهام سهامداران در اساسنامه شرکت به انواع مختلف تقسیم شود؛ به عنوان مثال اگر شرکت دو ذینفع اصلی داشته باشد که یکی دارای سرمایه بیشتر و دیگری توانایی مدیریت شرکت را دارد؛ سهامداران می‌توانند سهام شرکت را به دو نوع الف و ب تقسیم کرده و مقرر کنند که یک مدیر از سهامداران نوع الف و دو مدیر از سهامداران نوع

مدیره به صورت زوج (یعنی چهار یا شش نفر) توصیه نمی شود زیرا تصمیمات در هیات مدیره با اکثریت عددی بوده و در صورت انتخاب هیات مدیره به صورت زوج، امکان قرار گرفتن در بن بست برای شرکت زیاد می شود.

۶۷ عضو هیات مدیره ممکن است شخص حقیقی یا حقوقی باشد. در صورتی که شخص حقوقی عضو هیات مدیره باشد باید شخص حقیقی را به عنوان نماینده خویش در هیات مدیره معرفی کند؛ منتها نیازی نیست که نماینده معرفی شده سهامدار باشد، چرا که عضو هیات مدیره همان شخص حقوقی است و سهامدار بودن شخص حقوقی کافی است (ر.ک.ش ۷۹).

۶۸ مدیر عامل الزماً باید شخص حقیقی باشد ولی تصدی سایر سمت‌ها نظیر عضویت در هیات مدیره یا سمت بازرسی ممکن است توسط شخص حقیقی یا حقوقی به عهده گرفته شود.

۶۹ حداکثر مدت عضویت در هیات مدیره در شرکت‌های سهامی دو سال و در شرکت‌های تعاونی سه سال است؛ البته تجدید انتخاب مدیران بدون اشکال است؛ ولی مدیریت عاملی در قانون محدود به زمان خاصی نشده است و می تواند نامحدود باشد. گفتنی است در شرکت‌های با مسئولیت محدود، مدت مدیریت اعضای هیات مدیره می تواند نامحدود باشد.

۷۰ در صورت انقضای مدت مأموریت مدیران شرکت سهامی (ماده ۱۳۶) و تعاونی (ماده ۵ قانون شرکت‌های تعاونی مصوب ۱۳۵۰) تا زمان انتخاب مدیران جدید، مدیران سابق کماکان مسئول امور شرکت و اداره آن خواهند بود؛ بنابراین صرف اتمام مدت زمان مدیریت، موجب زوال سمت و اختیار مدیران نمی شود منتها این حکم جنبه استثنایی داشته و صرفاً اختصاص به اعضای هیات مدیره شرکت سهامی و تعاونی دارد و در خصوص مدیر عامل شرکت سهامی یا تعاونی یا اعضای هیات مدیره شرکت با مسئولیت محدود اجرا نمی شود.

۷۱ مدیران به دو دسته موظف و غیر موظف تقسیم می شوند و منظور از مدیر موظف، مدیری است که علاوه بر عضویت در هیات مدیره، سمت شغلی دیگری نیز در شرکت دارد و بابت آن شغل حقوق دریافت می کند مانند مدیر مالی یا مدیر حقوقی شرکت که عضو هیات مدیره نیز هست؛ ولی مدیر غیر موظف سمتی غیر از عضویت در هیات مدیره ندارد بنابراین تنها در زمان تشکیل جلسات هیات مدیره در شرکت حاضر شده و بابت حضور در جلسات هیات مدیره، صرفاً حق حضور دریافت می کند. تعیین مبلغ حق حضور با مجمع عمومی عادی است.

۷۲ در صورتی که در اساسنامه شرکت پیش بینی شده باشد مجمع عمومی عادی می تواند تصویب کند که نسبت معینی از سود خالص سالانه شرکت به عنوان پاداش به اعضای هیات مدیره تخصیص داده شود (ماده ۱۳۴)؛ البته مطابق قانون اصلاح ماده ۲۴۱ مصوب ۱۳۹۵، حداکثر میزان پاداش در شرکت سهامی خاص ۶ درصد و در شرکت سهامی عام ۳ است که این مبلغ برای کل اعضای هیات است، نه هر یک از اعضا؛ همچنین این پاداش در هیچ فرضی نمی تواند برای هر عضو موظف از معادل یک سال حقوق پایه وی و برای هر عضو غیر موظف از حداقل پاداش اعضای موظف هیات مدیره بیشتر باشد. هر گونه مقرر یا تصمیم مخالف این ماده، باطل و بلا اثر است.

ب انتخاب خواهند شد. در این صورت اگر چه سهام سهامداران نوع ب ممکن است کمتر باشد ولی اکثریت هیات مدیره در اختیار آن‌ها است. شیوه اخیر در اساسنامه شرکت‌های بیمارستانی متداول است که در آن سهام‌ها به سهام دندانه‌پز شکان، چشم‌پز شکان و... تقسیم می شود.

۵۹ شرکت سهامی توسط سه رکن اصلی اداره می شود که از جهاتی شبیه ساختار حاکمیت است. رکن اول: مجمع عمومی سهامداران که تصمیمات کلان و خطوط اصلی توسط آن اتخاذ می شود و نقش آن شبیه مجلس است. رکن دوم: هیات مدیره و مدیر عامل است که بیشتر جنبه اجرایی دارد و نقش آن شبیه هیات وزیران و رئیس جمهور است. رکن سوم: بازرسی که جنبه نظارتی دارد و نقش آن شبیه قوه قضاییه (به ویژه سازمان بازرسی و دیوان محاسبات) از حیث نظارتی است.

۶۰ در شرکت‌های سهامی (اعم از عام و خاص) و تعاونی، هیات مدیره الزماً باید از بین سهامداران انتخاب شود ولی مدیر عامل می تواند خارج از سهامداران انتخاب شود اما در شرکت‌های با مسئولیت محدود چنین الزامی وجود ندارد و تمام مدیران می توانند خارج از شرکت باشند مگر اینکه در اساسنامه شرکت خلاف این امر، پیش بینی شده باشد.

۶۱ یک شخص نمی تواند در بیش از یک شرکت مدیر عامل باشد البته ممنوعیت مدیر عاملی بیش از یک شرکت در مقررات راجع به شرکت سهامی آمده است و بنابراین مدیر عامل بودن یک نفر در دو شرکت با مسئولیت محدود، منع صریح قانونی ندارد ولی در رویه عملی، مقرر ممنوعیت تصدی به بیش از یک مدیر عاملی به تمام شرکت‌ها تسری داده شده است ولی عضویت در هیات مدیره شرکت‌های مختلف اصولاً منع قانونی ندارد. در عمل اشخاصی که می خواهند در دو شرکت مدیر عامل باشند، در شرکت دوم رئیس هیات مدیره شده و مقرر می کنند که تمام اوراق تعهد آور با امضای رئیس هیات مدیره معتبر است و به مدیر عامل اختیار چندانی نمی دهند.

۶۲ یک شخص می تواند در چند شرکت عضو هیات مدیره باشد مگر در خصوص هیات مدیره شرکت‌هایی که تمام یا بخشی از سهام آن‌ها متعلق به دولت یا نهادها یا مؤسسات عمومی غیر دولتی است که یک نفر نمی تواند به طور مستقیم یا غیر مستقیم (به عنوان نماینده شخص حقوقی) عضو هیات مدیره آن‌ها باشد (تبصره ۲ ماده ۲۴۱ اصلاحی مصوب ۱۳۹۵ لایحه اصلاحی قانون تجارت)؛ ظاهر قانون تعلق یک درصد سهام شرکت به بخش دولتی را هم مشمول ممنوعیت اخیر می نماید و لازم نیست که شرکت دولتی باشد تا مشمول ممنوعیت اخیر شود.

۶۳ کارمندان دولت نمی توانند عضو هیات مدیره یا مدیر عامل شرکت‌های خصوصی باشند (اصل ۱۴۱ قانون اساسی و قانون ممنوعیت تصدی بیش از یک شغل مصوب ۱۳۷۳) مگر در شرکت‌های تعاونی اداره مربوطه؛ همچنین عضویت اشخاصی که در دانشگاه‌ها یا مراکز تحقیقاتی سمت آموزشی دارند (مثل اعضای هیات علمی) در هیات مدیره یا مدیریت عاملی شرکت بدون اشکال است ولو اینکه شخص استخدام دانشگاه دولتی باشد.

۶۴ مدیر عامل شرکت سهامی نمی تواند همزمان رئیس هیات مدیره همان شرکت باشد مگر اینکه مجمع عمومی عادی با حد نصاب سه چهارم (۷۵٪) آرای حاضر این موضوع را تصویب کند.

۶۵ در صورتی که در انتخاب اعضای هیات مدیره یا مدیر عامل شرکت سهامی، تشریفات انتخاب آن‌ها رعایت نشود اگر چه می توان صورت جلسه مربوط به انتخاب آن‌ها را ابطال نمود ولی این امر تأثیری در اعتبار معاملاتی که آن‌ها در دوران تصدی خویش انجام داده‌اند ندارد و معاملات آن‌ها در جهت حمایت از اشخاص ثالث معتبر تلقی می شود (ماده ۱۳۵).

۶۶ حداقل تعداد اعضای هیات مدیره در شرکت سهامی عام ۵ نفر است (ماده ۱۰۷)؛ اما قانون گذار در مورد شرکت سهامی خاص، حداقلی را مقرر نکرده است که در رویه عملی اداره ثبت شرکت‌ها هیات مدیره دو نفره هم تا سال ۱۳۹۷ قابل ثبت بود اما طی بخشنامه‌ای از سال ۱۳۹۷ چنین مقرر گشته است که دیگر ثبت هیات مدیره کمتر از سه نفر در شرکت‌های سهامی خاص امکان پذیر نیست. در هر حال انتخاب هیات

تبلیغات، برندینگ و مارکتینگ

غذای سبز
سنت
Green food industry



عکاسی صنعتی
مواد غذایی

عکاسی صنعتی مواد غذایی بسیار مهم و پیچیده است و به صبر و ظرافت کاری زیادی بستگی دارد.

در خصوص عکاسی صنعتی مواد غذایی باید به این نکته توجه داشت، اگر از ظروف شیشه استفاده می شود می بایست تازه باشد چرا که بهترین زمان عکاسی صنعتی از اینگونه

محصول هر چند دارای نگهدارنده باشند همان روزهای اول است. عکاسی صنعتی در این شاخه به جنس بسته بندی و حتی لیبل برچسبی و یا کیفیت ظروف تا حدودی بستگی دارد. اگر ما بخواهیم از ظروف پلاستیکی عکاسی کنیم که کمترین انعکاس نور را دارند بهتر از ضمن اطمینان از تمیزی و زیبایی جعبه یا بسته بندی به نوع لیبل دقت کنیم.

اما اگر از ظروف شیشه استفاده می کنیم عدم انعکاس بیش از حد باید ملاک عکاسیمان باشد در برخی از این نوع محصول ها درب های فلزی یا آلومینیوم استفاده می شود که به نورپردازی روی درب نیز باید دقت کرد.

اما برخی از این محصولات در بسته بندی های کاغذی نگهداری و تولید می گردند که حفظ زاویه های عکاسی و دقت به پرسپکتیو آن از اهمیت ویژه ای برخوردار است.

اگر شما صاحب یک شرکت مواد غذایی باشید حتماً می دانید محصول شما به دلیل اینکه جز کالاهای مصرفی خوراکی می باشد از طرف مشتریان به طور جدی رسد و آنالیز می گردد، البته ما به کیفیت محصول شما کاری نداریم که می دانیم محصول شما یک محصول با کیفیت و دوس داشتنی است. نکته مهم بسته بندی و کیفیت چاپ بسته بندی محصولتان است.

منبع: کرج تیزر

عکاسی صنعتی مواد غذایی در گروه عکاسی تبلیغاتی قرار می گیرد که هدف آن نمایش خدمات و محصول به صورت سحر انگیز و جذاب است، قبل از شروع عکاسی از مواد غذایی داشتن اطلاعات در مورد دریچه دیافراگم، سرعت شاتر و تعادل رنگ امری بسیار ضروری است.

عکاسی از مواد غذایی مستلزم تازگی و رسیده بودنشان است و مهم تر از همه اینکه عاری از هر گونه برند، لک و یا

کبودی باشند. جلوه

دادن مواد غذایی

مقابل دوربین

مثل عکسبرداری

از انسان ها باید

کاملاً بی نقص باشد

و تصاویر حالتی

محسوس داشته

باشند. طبیعتاً هر

عکاس در دوره فعالیت

خود از غذاها نیز عکس

برداری می کند. نکته ای

که در مورد عکس برداری

از غذا باید بدانیم این است که

عکس باید حس طعم و مزه غذا را به بیننده منتقل کند.

عکاسی از سوژه ها و مواد غذایی کار چندان

آسانی نمی تواند باشد و به تلاش زیاد، خلاقیت

و رعایت اصول فنی و هنری بسیار زیادی

نیاز خواهد داشت. یک عکاس خوب، به طور

معمول دوربین و لنز متناسب با نوع کار و سوژه

مورد عکاسی را انتخاب می کند و از این روی

در سبک عکاسی از مواد غذایی نیز می بایست

لنز و دوربین مناسب برای انجام این کار را انتخاب نمود.

گاهی اوقات برای خلق یک ترکیب بندی مناسب

در عکاسی صنعتی مواد غذایی یا عکاسی تبلیغاتی مواد

غذایی، اجزای تصویر مانند بشقاب، قاشق، چنگال،

دستمال سفره خاص در جذابیت تصویر بسیار مهم

است می توانید با سرچ کردن دستور العمل آشپزی

غذایی ساده و خوشمزه را پیدا کنید، غذای مورد

نظر مثلاً ماهی است که در بشقاب به همراه

گوجه و گیاه های خوش رنگ تزئین گردد.

برای نورپردازی مواد غذایی نور پخش کننده

را پشت سوژه قرار دهید و به نورهای اضافی فیل

لایت نیاز داریم بنابراین رفلکتور نقره ای در یک طرف و

یک فون سفید را در سمت دیگر قرار دهید تا در جلو و کنارهای

بشقاب به اندازه کافی نور داشته باشیم.





انواع تبلیغات محیطی و کاربرد آن در فروش و برندینگ صنایع غذایی

انواع معروف تبلیغات محیطی

استند تبلیغاتی

استند تبلیغاتی تابلوهایی هستند که به شکل مستطیل عمودی در ابعاد ۱ در ۲ متر طراحی می‌شوند. البته ممکن است در طرح‌ها و ابعاد مختلف ساخته شوند. این تابلوها با هزینه کمی که دارند فرصت مناسبی برای تولیدکنندگان و شرکت‌های صنایع غذایی ایجاد می‌کنند تا بتوانند برند و محصولات خود را معرفی کنند. استندها مزایای زیادی دارند از جمله اینکه می‌توانند در هر مکانی در سطح شهر قرار بگیرند و به زیباسازی شهر کمک کنند. دیگر کاربردها و مزیت‌هایی که دارند شامل موارد زیر است:

- قابل استفاده در فضای‌های شهری، معابر، گذرگاه‌ها، بلوارها و ...

تبلیغات محیطی، شامل هر نوع بازاریابی است که در خارج از خانه انجام می‌شود تا توجه مردم را جلب کند. محبوب‌ترین قالب تبلیغات بیلبورد است، اما طیف وسیعی از گزینه‌های دیگر نیز وجود دارد که بسیاری از آن‌ها اکنون دارای اجزای دیجیتالی هستند. البته تفاوت‌های ظریف تبلیغات محیطی این تعریف را گسترش می‌دهد تا شامل مجموعه‌ای از مواردی باشد که حتی ممکن است هرگز در نظر نگرفته باشید. شما می‌توانید نمونه‌های زیادی از تبلیغات را در محیط بیرون مشاهده کنید. هدف مشترک همه تبلیغات معرفی یک شرکت، برند یا محصول و خدمات آن شرکت است.

به دلیل نورپردازی بسیار زیبا و با کیفیت بالایی که دارند دکوراسیون بسیار جذابی را ایجاد می کنند. در این نوع از تابلوها طرح های مورد نظر مشتری طراحی، اجرا و به صورت یک رو و دو رو ساخته می شوند. بسته به محیطی که قرار است آنجا نصب شوند می توان مدل مناسب را انتخاب کرد.

لایت باکس ها انواع متفاوتی دارند و به چند دسته تقسیم می شوند:

- لایت باکس فریم لس آلومینیمی
- لایت باکس اسنپ فریم
- لایت باکس کریستالی
- لایت باکس پارچه ای یک طرفه و دو طرفه
- لایت باکس مناسب برای تبلیغات محیطی که از ضخامت و اندازه بیشتری برخوردار است.

کاربرد لایت باکس

تابلو لایت باکس تبلیغاتی در رستوران ها، کافی شاپ ها، نمایشگاه های عکس، فست فودها، فروشگاه ها، مترو، فضای باز و بسته، منوی رستوران ها، نگارخانه ها، صندوق پذیرش داروخانه ها، تابلوهای راهنما و اماکن، تابلوی داخل شرکت ها، بازار موبایل، مغازه و سوپرمارکت ها، داخل سالن سینما، آرایشگاه ها، باشگاه های ورزشی، مراکز خرید، مطب پزشکان و هر جای دیگری که نیاز به تبلیغات و یا اطلاع رسانی داشته باشد مورد استفاده قرار می گیرند.

بیلبورد

بیلبورد، تبلیغات چاپی بزرگی هستند که برای معرفی یک شرکت، برند، محصول یا خدمات استفاده می شود. تابلوهای تبلیغاتی در مناطق شلوغ و پر رفت و آمدی نصب می شوند که آمار مشاهده شدن این تابلوها بالاست. با این وجود در معرض دید تعداد بیشتری از رانندگان و عابران پیاده قرار می گیرند.

بیلبورد بیشتر برای ایجاد آگاهی از برند و محصول مشاغل پردرآمد مؤثر است. از آنجا که در مناطق پرتردد نصب می شوند، نسبت به سایر روش های بازاریابی، بیشترین تعداد بازدید را دارند. هزینه تبلیغات بیلبورد بستگی به این دارد که کجا نصب می شود و در محل نصب شده چه تعداد افراد تردد می کنند.

هدف اصلی بیلبورد جلب توجه عابران پیاده و رانندگان است. در شکل ها و اندازه های متنوعی طراحی می شوند. مردم، به خصوص کسانی که رانندگی می کنند، در یک روز بیلبوردهای زیادی را مشاهده می کنند. در صورت استفاده صحیح، بیلبوردهای تبلیغاتی فرصتی طلایی برای توسعه تجارت به شمار می رود.



- داشتن صرفه اقتصادی به دلیل هزینه کم طراحی، نصب و اجرا
- قابل حمل و جابجایی
- دارای قابلیت نصب و جمع آوری سریع و آسان
- متناسب با بودجه هر کسب و کار
- پراکندگی گسترده در سطح شهر
- دارای تنوع زیاد از نظر جنس، ابعاد و طراحی و چاپ
- قابلیت طراحی بر اساس نیاز و سلیقه مشتری
- معرفی محصول و برند تجاری در مکان های مختلف
- استفاده برای همایش ها و کنفرانس های خبری
- استفاده در فروشگاه ها و مراکز خرید و هتل ها و ...

لایت باکس

لایت باکس ها تابلوهای تبلیغاتی هستند مانند استندها با این تفاوت که از پشت تصویر نوری تابیده می شود و باعث جذاب تر شدن تابلو می شود. در خیابان ها، رستوران ها، مجتمع های تجاری، مراکز خرید، اماکن عمومی، ایستگاه های مترو و هر مکان دیگری قابل استفاده هستند. تابلوهای لایت باکس معمولاً از پارچه بک لایت، فلکسی فیس یا پلک های بک لایت ساخته می شوند. برای روشن شدن تصویر لایت باکس هم از یک منبع نور در پشت تصویر استفاده می کنند.

استر ابرود

استر ابرود را می توان یکی از سازه های جدید برای انجام تبلیغات محیطی معرفی کرد. استر ابرودها تابلوهای ایستاده ای هستند که به معرفی برند و محصولات یک شرکت می پردازد. به عبارتی، ابزاری مناسب برای اطلاع رسانی های عمومی در سطح شهر هستند. نحوه نصب متفاوتی نسبت به بیلبورد و استندهای تبلیغاتی دارند و در مدل ها و سایزهای مختلف طراحی و اجرا می شوند. کاربردهایی که یک استر ابرود می تواند داشته باشد عبارتند از:

ایجاد کمپین برندسازی برای دسترسی به مخاطبان هدف
معرفی محصول و ترغیب مخاطب برای خرید محصول
معرفی برند، شناساندن آن به مخاطبان و افزایش جایگاه برند

مزایای استر ابرود تبلیغاتی

- سازه مقاوم با نصب سریع و آسان
- ابعاد کوچکتر نسبت به بیلبورد که باعث می شود به راحتی در هر مکانی نصب شود.
- قیمت مقرون به صرفه نسبت به بیلبورد
- قرار گرفتن در زاویه پایین تر و در دید راننده
- دارای گستردگی و تعداد بالا در سطح شهر
- کمک به زیباسازی معابر شهری و ...

اتوبوس های شهری

قرار دادن تبلیغات چاپی روی بدنه اتوبوس ها و سایر وسایل نقلیه، در ایستگاه های اتوبوس و ایستگاه های قطار، وسیله مهمی برای دستیابی به مخاطبان در هر سن، شغل و درآمد است. وسایل نقلیه، شما را به طیف گسترده ای از مخاطبان می رساند. به دلیل وجود طرح های بزرگ و رنگارنگ و خلاقانه، توجه زیادی را به خود جلب می کنند. همچنین در اندازه و مکان تبلیغ انعطاف پذیری زیادی وجود دارد.

امروزه طیف وسیعی از افراد از قشرهای مختلف از وسایل نقلیه استفاده می کنند. معلمان، دانشجویان، دانش آموزان، کارمندان، کارگران، کاسبان و ... از وسایل نقلیه برای رسیدن به مقصد استفاده می کنند. به دلیل مدت زمانی که در این مکان ها حضور دارند، زمان کافی برای خواندن آگهی های تبلیغاتی را دارند که فضای مناسبی برای تبلیغات محصولات صنایع غذایی می باشد.

هم در داخل اتوبوس و هم با تبلیغ روی بدنه اتوبوس می توانید به افراد زیادی دسترسی پیدا کنید. در علایم بیرونی اتوبوس پیام های تبلیغاتی برای هزاران نفر در اتومبیل ها و همچنین عابران پیاده نشان می دهد. اتوبوس ها از طریق شهرها و مناطق اطراف حومه شهر، به مراکز خرید، دانشگاه ها، مناطق تجاری، مراکز تفریحی، سوپر مارکت ها، تئاترها و اماکن همایش مسافرت می کنند. مشتریان محلی و همچنین بازدید کنندگان از منطقه شما در معرض پیام ها قرار خواهند گرفت.

طراحی بر روی بدنه اتوبوس جذابیت خاصی دارد و باعث جلب توجه بسیاری از افراد می شود. شما می توانید کل بدنه اتوبوس را با برند و محصول خود پوشش دهید یا می توانید بخشی از آن را برای تبلیغ به خود اختصاص دهید.

عرشه پل ها

یکی از موثرترین انواع تبلیغات بیلبوردی، تبلیغات بر روی عرشه پل های عابر پیاده در داخل و خارج از شهر می باشد. پل های عابر پیاده به دلیل

قرارگیری بر روی گذرگاه های اصلی و خیابان های شلوغ، یکی از تاثیرگذارترین تبلیغات محیطی محسوب می شوند.

با این تفاوت که عرض کم و طول زیادی دارند (تقریباً به اندازه عرض خیابان یا بزرگراه طول دارند). باعث می شود تأثیر خاصی بر مخاطبان ایجاد کنند. این نوع تبلیغات در وسط جاده ها و درست مقابل دید رانندگان هستند و رانندگان و مسافران می توانند به راحتی آن را ببینند. به همین دلیل میزان دقت در این تبلیغات بسیار بیشتر از سایر تبلیغات می باشد.

از دیگر مزایای تبلیغ بر روی عرشه پل ها می توان به موارد زیر اشاره کرد:

تبلیغات بر روی عرشه پل ها باعث زیباسازی شهر می شود.

جذابیت خاصی را در صنعت تبلیغات ایجاد می کند.

از این طریق می توانید محصولات و برند خود را به مخاطب معرفی کنید.

نسبت به بیلبوردها ارزان تر و مقرون به صرفه تر هستند.

به دلیل قرارگیری در مکان های پر تردد، توسط افراد مختلفی دیده می شوند و تأثیر بسیار زیادی در فروش محصولات و معرفی برند، خواهند داشت.

لمپوست

لمپوست یک سازه جدید تبلیغاتی است که از میله های مستطیل شکل در اندازه ۱ در ۳ متر ساخته می شود که بنر تبلیغاتی را روی آن نصب می کنند. معمولاً روی تیر چراغ برق نصب می شوند. این سازه قابل اجرا در ابعاد متعدد است و در کنار جاده ها و وسط بلوارها به صورت ایستاده قرار داده می شوند. به دلیل نظم دقیقی که دارند در زیباسازی شهر نقش موثری دارند. نسبت به سایر المان های تبلیغاتی ارزانتر هستند و کارایی بیشتری دارند.

لمپوست ها طیف گسترده تری از تبلیغات را شامل می شود و به خوبی می تواند محصول و برند شما را معرفی کند. از دیگر مزایای آن می توان به قابلیت ارتجایی آن اشاره کرد و در مقابل شرایط آب و هوایی مقاوم است. این سازه بسته به محل قرارگیری که در خیابان باشد یا در وسط بلوار، به صورت دو وجهی و چهار وجهی نصب می شود.

تلویزیون تبلیغاتی

با پیشرفت تکنولوژی، نوع جدیدی از تبلیغات محیطی را به وجود آورده اند که شامل نمایشگرهایی در شهر هستند. این نمایشگرها یا تلویزیون های تبلیغاتی شامل یک LED بزرگ هستند که در آن تبلیغات به نمایش در می آید. یکی از ویژگی های بارز این نوع از تبلیغات تأثیر بسیار زیاد آن ها در زیباسازی شهر است. البته از این المان در فضای بسته هم استفاده می شود.

امروزه بیلبورد، استر ابرود و دیگر تبلیغات جای خود را به تابلوهای روان و تلویزیون های تبلیغاتی داده اند. از اصلی ترین ویژگی های آن می توان به زیبایی بصری و معرفی بهتر محصول و برند اشاره کرد. از آنجا که پیام های تصویری با سرعت بیشتری منتقل می شوند، می توانند برای مخاطبان جذابیت بیشتری داشته باشند. به عبارت دیگر، خواندن و درک پیام های نوشتاری به زمان و دقت بیشتری نیاز دارد. در نتیجه پیام از طریق ویدیو و تصویر، بسیار سریعتر از حالت نوشتاری منتقل می شود و تصویر ذهنی از محصول در ذهن مخاطب ایجاد می کند.

نتیجه گیری

هدف شما از انجام تبلیغات چیست؟ چقدر می توانید برای تبلیغات خود هزینه کنید؟ محصول و برند شما در بین مردم چه جایگاهی دارد؟ مخاطبان هدف شما چه کسانی هستند؟ با پاسخ به این سوالات، می توانید نوع المان تبلیغاتی خود را انتخاب کنید. همچنین قبل از انتخاب، همه جوانب مثبت و منفی آن را بسنجید و سپس اقدام کنید.



شرکت آرد پرورده

تولید کننده انواع آردهای
خبازی، صنفی و صنعتی

فارس . شیراز . بلوار مدرس
انتهای خیابان کاهه
۰۷۱ - ۳۷ ۲۶ ۷۵۹۵
۰۷۱ - ۳۷ ۲۶ ۲۳۷۱

با نیم قرن

تجربه

تولید

ZAgROS زاگرس

تجهیزات سرمایشی و برودتی

- مشاوره، طراحی، تعمیر و نگهداری سردخانه های زیر صفر، بالای صفر و تونل انجماد
- تامین کننده قطعات، تجهیزات و ملزومات سیستم برودتی فریونی و آمونیاکی
- ساندویچ پانل دیواری و سقفی • درب لولایی و کشویی • باکس پالت، پرده هوا و قفسه



Copeland
brand products

OFFICINE MARIO DORIN SINCE 1918
DORIN
INNOVATION

BITZER
GROUP OF COMPANIES

Danfoss



ARSHEH

MAMMUT

NIK
HVAC & REFRIGERATION

SAB COOL

فارس . شیراز . شهرک صنعتی بزرگ . میدان کوشش ۰۹۳۷ ۳۵۸ ۷۱۳۶
مجتمع خدماتی کوشش یک . پلاک ۱۴۹ . ۷۱۵۸۲۹۴۱۱۳ . ۰۳۳۸ ۸۹۸ ۰۹۱۷





شرکت پخش البرز
(سهامی عام)



شرکت پخش البرز

- ✔ پخش و توزیع دارو و کالاهای مصرفی
- ✔ با بیش از ۵۰ سال سابقه
- ✔ اولین شرکت پخش پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار
- ✔ با ۱۸ دستگاه خودرو و ۷۲ نفر در مرکز توزیع شیراز

کارنو

صنایع سرمایشی



CARNO
REFRIGERATON

ساخت، تولید و تعمیر



انواع سردخانه های ثابت و متحرک | اتاق یخچال | کانکس
کاروان | چیلر | 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-CO.IR



شامروز

SHAM ROUZ

پروتئین برتر پارسیان

قطعه بندی انواع
گوشت قرمز
گوشت سفید
(گرم و منجمد)



فارس . مرودشت . شهرک صنعتی

فتح آباد . خیابان پژوهش

۰۹۱۷۹۱۲۰۷۱۳



SHAMROUZ

قطعه بندی انواع گوشت قرمز و سفید گرم و منجمد





شماره ثبت: ۵۱۵۷۱

شرکت زیست افق توسعه پایدار

رو بیسکو



جلبک دریایی اسپرولینا

- دارای ۷۰ درصد پروتئین
- آنتی اکسیدان فراوان
- مکمل غذایی فوق العاده
- دارای انواع ویتامین سم زدا و چربی سوز قوی
- ماسک جوان کننده صورت
- تقویت کننده سیستم ایمنی بدن
- کاهش کلسترول و قند

روش مصرف خوراکی :

یک قاشق چای خوری پودر جلبک همراه با ماست یا عسل در هر روز

روش مصرف ماسک صورت :

یک قاشق چای خوری با مقداری ماست یا عسل مخلوط شود و روی صورت سه بار در هفته و هر بار نیم ساعت بماند.

لطفا پودر جلبک در یخچال نگهداری شود.



فارس . شیراز . بلوار دکتر حسابی
شهرک آراین . پارک علم و فناوری فارس
ساختمان پرسپولیس . واحد ۴۱۱۶
www.irubisco.com
info@irubisco irubisco
twitter.com/irubisco
۰۹۱۷ ۳۰۶ ۷۳

قندآوران

شرکت قندآوران فارس
اولین تولید کننده قند زبر در ایران

تولید کننده انواع قند کله و خرد شده و بسته بندی
با دستگاه‌های تمام اتوماتیک

قند زبر قندآوران، دوستدار سلامتی شما

* اطلاعات بیشتر:



WWW.GHANDAVARAN.COM

شیراز-کیلومتر ۲۰ جاده شیراز - اصفهان؛ روبروی درب اصلی پالایشگاه شیراز
تلفن: ۰۷۱-۳۲۶۲۰۳۵۴-۶ همراه: ۰۹۱۷۱۸۷۰۳۰۰



تشرکت سبزی پاک فارس

Paak Fars Vegetable Company

- اولین واحد صنعتی تولید انواع سبزیجات آماده به طبخ تازه و منجمد در ایران
- دارای پروانه ساخت از اداره نظارت بر غذا و دارو از سال ۱۳۷۶
- تولید چهارده میلیون کیلوگرم انواع سبزیجات طی ۲۶ سال فعالیت



در حمایت از سربازان مدافع سلامت در جبهه مبارزه با کرونا با
اهدای هزار و صد بسته سبزی به کلیه پرسنل و کادر درمان
بیمارستان محترم علی اصغر (ع) تقدیری کوچک از زحمات این عزیزان به عمل آمد.



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

☎ ۰۷۱-۳۷۷۴۲۱۳۰

☎ ۰۹۱۷۱۱۶۰۲۱۱

🌐 sabzipaak.ir

🏠 ۰۷۱-۳۷۷۴۴۰۲۴

☎ ۰۹۱۷۴۸۴۲۴۳۵

📧 sabzi.paak.fars



انواع بسته بندی مواد غذایی، مزایا و معایب آن ها

۵۵ بسته بندی می تواند توجه خریداران را به خود جلب کند و مانند چراغ قرمزی برای توقف عابران در برابر ویترین فروشگاهها عمل کند.
۵۶ بسته بندی مواد غذایی با استفاده از پوشش دهنده های طبیعی از آلودگی محیط زیست جلوگیری می کند.

📌 وظیفه اصلی بسته بندی

وظیفه اصلی بسته بندی این است که از محصول داخل خود حفاظت کند. بسته بندی به عنوان یکی از عوامل مهم در میان پنج P بازاریابی روز به روز از اهمیت خاصی برخوردار می شود.

۵۱ محصول Product

۵۲ قیمت Price

۵۳ توسعه فروش Positioning

۵۴ بسته بندی Packing

۵۵ مکان و موقعیت یابی Place

مهم ترین هدفی که در بسته بندی محصولات

یک عمل فنی-اقتصادی، هزینه تحویل کالا را به حداقل می رساند و از طرف دیگر فروش و در نتیجه سود حاصله را به بالاترین حد افزایش می دهد. بنابراین محصولات تولید شده برای حمل و نقل آسان تر، ایجاد امنیت و جلوگیری آلودگی محصول در هنگام توزیع و فروش و در نهایت افزایش مدت نگهداری محصول با حفظ کیفیت مطلوب، نیاز به بسته بندی مناسب دارند و با توجه به اهمیت موضوع، نیاز هر چه بیشتر به این صنعت و پیشرفت در آن احساس می شود. در گذشته از ظروف شیشه ای، چوبی و چرمی برای ذخیره کالاهای جامد و مایع استفاده می شد. رویدادی که پیش از عصر جدید بود، ورود پلیمرها به عرصه صنعت در دهه ۱۹۶۰ بود. در حال حاضر اصول علمی و مهندسی بیش از پیش در حوزه بسته بندی و به ویژه در بسته بندی غذا مورد تاکید قرار می گیرد.

📌 چرا بسته بندی؟

- ۵۱** بسته بندی، چهره کالا را مشخص می کند، زیرا خریدار از طریق بسته بندی محصول را شناسایی می کند.
- ۵۲** بسته بندی، پیام تولید کننده مواد غذایی به خریدار است. زیرا بین آن ها ارتباط برقرار کرده و اطلاع رسانی می کند.
- ۵۳** بسته بندی شخصیت محصول را مشخص می کند.
- ۵۴** بسته بندی محافظ و نگهدارنده محصول در برابر عوامل مختلف مانند ضربه، شرایط اقلیمی (رطوبت، دما و ...) بو و گاز، میکروارگانیزم ها، حشرات و جوندگان است.

خوردگی داخلی، از یک روکش نازک استفاده می شود که گاهی روی آن یک لاک پلیمری به عنوان محافظت از محتویات در مقابل خوردگی کشیده می شود. طبیعی است هر دو عملیات در افزایش هزینه تولید قوطی موثرند. یک عیب دیگر فولاد نیاز به انرژی زیاد در تولید و بازیافت آن است.

قوطی آلومینیومی تمایل دارد بعد از تولیدش اکسید شود و اکسید به شکل مانعی در مقابل اکسیداسیون بیشتر عمل می کند. اساساً امتیازات و معایب قوطی های آلومینیومی با قوطی های فولادی مشابه اند جز اینکه آلومینیوم خیلی سبک تر و گران تر است. آلومینیوم به شکل فویل با ضخامت های مختلف نیز جهت تشکیل سینی و در پوش و همراه با سایر مواد در ورقه ها و کمپوست ها نیز به کار می رود. در اروپا برای بسته بندی نمودن مواد غذایی ۴۰ درصد از فویل آلومینیوم استفاده می کنند. به عنوان مثال از فویل آلومینیوم در بسته بندی نمودن نوشابه ها، در پوش نوشابه های گازدار حاوی CO₂، در پوش بطری های شیشه شیر، قوطی کنسرو دو پارچه (دو قسمتی)، بسته بندی مربا، شیر تغلیظ شده و خامه که در سیستم اسپتیک بسته بندی شده باشد، استفاده می گردد. برای شیرینی ها، کره و مارگارین از لیوان های آلومینیومی، برای پودر سیب زمینی از کیسه آلومینیومی با حجم های مختلف و همچنین برای پودر قهوه، شیر استریلیزه UHT نیز از کیسه آلومینیومی استفاده می کنند.

← کاغذ

محصولات خمیری در بسته بندی غذاها به شکل انواع مختلف کاغذ، مقوا، ورقه و تخته آجدار به کار می روند. امتیازات اصلی استفاده از کاغذ، هزینه کم آن، سفتی نسبتاً بالا و قابلیت چاپ عالی آن است و عیب اصلی آن حساسیت زیاد به رطوبت است که در بستگی نزدیک به رطوبت نسبی (RH) محیط مشخص می شود. کاغذ با وزن و ضخامت مبنای آن مشخص می گردد.

مزایای کاغذ در صنایع بسته بندی عبارتند از: ۱- انعطاف پذیری خوب ۲- قابلیت شکل و چاپ پذیری خوب ۳- مقاومت در مقابل پاره شدن، کشش و فشار ۴- ممانعت در برابر عوامل فساد به ویژه نور ۵- قابلیت بازیافت

معایب کاغذ در صنایع بسته بندی شامل: ۱- در مقابل رطوبت، گاز و روغن نفوذ پذیر است. ۲- از قابلیت دوخت خوبی برخوردار نیست. مهم ترین ماده اولیه برای تهیه خمیر چوب، گیاهان یکساله است که به نام Wood pulp یا Paper pulp خوانده می شود. برای تهیه خمیر کاغذ از کاج، صنوبر و کاج آمریکایی مواد دیگری مانند کاه گندم، پنبه، کنف (Hemp)، کتان (Flax) و کاغذ باطله، الیاف، تفاله نیشکر به عنوان مواد اولیه استفاده می شود.

← شیشه

یکی از قدیمی ترین ظروف بسته بندی مواد غذایی، ظروف شیشه ای است. اعتقاد بر این است که شیشه گری نوعی از صنعت کوزه گری بوده و قدمت آن به ۷۰۰۰ سال قبل از میلاد مسیح بر می گردد و در باستان قدیم ساخت بطری های شیشه ای یک صنعت مهم به شمار می آمد زیرا شیشه در رابطه با بسته بندی نمودن مواد غذایی دارای مزایا و معایب است.

← مزایای شیشه و ظروف شیشه ای عبارتند از:

۱- شیشه از نظر شیمیایی خنثی است به عبارتی با ماده غذایی محتوی خود هیچگونه واکنشی انجام نمی دهد. طعم و مزه محصول بسته بندی شده با شیشه بدون تغییر حفظ می شود.

۲- شیشه غیر قابل نفوذ، فاقد بو و بهداشتی می باشد.

۳- ظروف شیشه از استحکام خوبی برخوردارند و به اشکال، اندازه ها و رنگ های مختلف ساخته می شوند.

غذایی در نظر است، افزایش طول عمر نگهداری محصول یا Life Shelf آن است.

ماده بسته بندی از طریق تنظیم فضای مناسب در داخل بسته با توجه به ویژگی های نگهداری محصول، زمان ماندگاری آن را افزایش می دهد. در این مورد به خصوص هماهنگی بین ویژگی های ماده بسته بندی و نیازهای نگهداری محصول می باید فراهم گردد.

هدف دیگری که در استفاده از بسته بندی مدنظر است، بهبود حمل و نقل، انبارداری و عرضه محصول است. امروزه با پیشرفت فناوری و تولید انبوه محصول، بدون استفاده از بسته بندی، عرضه محصول به صورت عمده فروشی یا خرده فروشی به بازار امکان پذیر نیست. یعنی با وجود این که به نظر می رسد بسته بندی یک هزینه اضافی را برای تولید کننده تحمیل می کند، اما باید در نظر داشت که بدون استفاده از بسته بندی، کل هزینه تولید به هدر می رود. در هر بسته بندی باید به ابعاد بسته از نقطه نظر قابلیت حمل و نقل و عرضه آن توجه داشت. همچنین در بسته بندی باید به شیوه زندگی روزمره و میزان مصرف محصولات مختلف در هر جامعه دقت شود. محصولات باید در بسته بندی هایی عرضه شوند که در صورت نیاز در یک یا دو نوبت مورد مصرف قرار گیرند. این موضوع به خصوص در موارد صادراتی حائز اهمیت است.

بسته بندی از نظر جذاب نمودن ظاهر بسته و بازار پسند کردن آن نیز اهمیت زیادی دارد. این جنبه از بسته بندی در بعضی موارد، بقیه اهداف و کاربرد آن را تحت پوشش قرار می دهد. تولید کننده هوشیار باید از این خطر دوری کند، چرا که سرمایه گذاری بیش از اندازه بر این جنبه از بسته بندی نه تنها باعث موفقیت محصول در بازار نمی شود بلکه شکست آن را نیز موجب می گردد. در این مورد بایستی همواره میزان سرمایه گذاری انجام شده هماهنگ با محتویات درون بسته باشد؛ چه از نظر اقتصادی، زیست محیطی و چه از نظر اطلاعاتی که از این طریق در اختیار مصرف کننده قرار داده می شود.

↗ انواع مواد بسته بندی

متداول ترین مواد بسته بندی عبارتند از: فلزات (به طور عمده فولاد و آلومینیوم)، کاغذ و مقوا (شامل نوع آجدار)، شیشه، چوب، ورقه ها و پلیمرها.

← فلزات

فولاد و آلومینیوم بیشتر برای غذاها و نوشابه های قوطی دار به کار می روند. امتیازات اصلی قوطی های فلزی مقاومت بالای آن ها، نفوذ ناپذیری نسبت به گازها و بخارها و مقاومت در مقابل دماهای بالا است. تیرگی آن ها، یک امتیاز برای محصولات حساس به نور است ولی دیده نشدن محتویات از نقاط ضعف این روش است. سایر معایب قوطی های فلزی وزن سنگین آن ها، هزینه زیاد و تمایل به برهم کنش با محتویات و محیط (خوردگی داخلی و خارجی) هستند. در اثر پدیده خوردگی (Corrosion) تغییراتی در سطح و داخل قوطی ایجاد می شود. به خصوص هیدروژن آزاد شده در داخل قوطی منجر به بادکردگی (متورم شدن کمپوت و کنسرو مواد غذایی بر اثر آلودگی میکروبی یا خوردگی قوطی) قوطی فلزی و در نتیجه سوراخ شدن (perforation) آن می شود. خوردگی حاصل در قوطی فلزی می تواند باعث تغییر رنگ و کاهش ویتامین های مواد غذایی گردد. برای رفع

طول می کشد اما این زمان برای ظروف یک بار مصرف گیاهی پنج تا شش ماه بدون هیچ آسیب زیست محیطی است. این ظروف عاری از هر گونه اثرات مضر و عکس العمل های شیمیایی در تماس با مایعات و غذاهای داغ و مقاوم در برابر حرارت است. این امر از بروز بیماری های عصبی و خونی جلوگیری می کند. ارتقای ایمنی و سازش با محیط زیست از جمله علل اصلی ترغیب و تشویق مصرف کنندگان به تهیه این ظروف است. این ظروف با پایه سلولزی و نشاسته ای طراحی شده و منشأ نشاسته و ذرت دارد.

مزایای استفاده از پلیمرهای گیاهی تجزیه پذیر

- تهیه شده از نشاسته ذرت اصلاح شده
- امکان استفاده در صنایع بسته بندی مواد غذایی
- سازگاری با محیط زیست (تجزیه پذیری در خاک حداکثر پس از شش ماه)
- عاری از هر گونه اثرات مضر پلاستیک های نفتی پس از تماس با مواد غذایی داغ
- بدون هیچگونه آثار تخریبی بر محیط زیست پس از تجزیه شدن در خاک
- تهیه شده از منابع مواد اولیه تجدید پذیر سالانه
- عدم وابستگی این محصولات (بسته بندی) به مواد اولیه نفتی
- مصرف انرژی کمتر در فرآیند تولید محصولات بسته بندی

گردآوری: مصطفی بیان

۵۴ شیشه شفاف بوده و اجازه رویت محتوی خود به خریدار و عرضه آن توسط فروشنده می دهد.

← معایب شیشه و ظروف شیشه ای عبارتند از:

- ۵۱ حساس به شوک های حرارتی و عوامل خارجی
 - ۵۲ وزن زیاد و در نتیجه افزایش هزینه حمل و نقل
 - ۵۳ این خطر وجود دارد که در هنگام پر نمودن محصول در ظروف شیشه ای قسمتی از آن، خرده شده و به مواد غذایی انتقال یابد.
- با افزودن اکسید کننده ها در ترکیبات مواد شیشه می توان انواع مختلف بطری یا جار شیشه ای با رنگ های متفاوت تولید نمود.
- استفاده از اکسید کننده ها در تولید بطری یا جار شیشه ای با رنگ های مختلف.

← پلیمرها

پلیمرها از مواد دارای رشد سریع در بسته بندی غذا هستند. مهم ترین امتیاز آن ها تنوع و طیف فوق العاده گسترده خواص آن ها است. اکثر پلیمرها چگالی حدود یک گرم در سانتی متر مکعب دارند که این گونه بسته های سبک می سازند. آن ها نسبتاً ارزان اند و به سادگی فرآوری و شکل داده می شوند. دو عیب عمده پلیمرها عبارتند از نفوذ پذیری آن ها در مقابل گازها و بخارات و امکان برهم کنش آن ها با محصول.

پلیمرها که معمولاً پلاستیک ها خوانده می شوند، ترکیباتی با وزن مولکولی بسیار بالا هستند. آن ها از بسیاری از واحدهای تکراری یا بلوک های ساختمانی تشکیل می شوند که از طریق یک واکنش شیمیایی با هم ترکیب شده اند. این بلوک های ساختمانی که مرها یا منومر خوانده می شوند (منومر ها به یکدیگر متصل شده و زنجیره بلندی را می سازند که پلیمر نامیده می شوند) در دما و فشار اتاق، به شکل گاز یا مایع هستند که در حالی که پلیمرها معمولاً تحت این شرایط جامدند. پلیمرها می توانند با طبیعی (نشاسته، پروتئین، لاستیک و غیره) باشند یا مصنوعی، که این مورد اخیر در بسته بندی به کار می رود. اکثر آن ها ترکیبات آلی با دو ویژگی متمایز هستند که آن ها را از ترکیبات آلی دیگر جدا می کند (پلیمرهای معدنی مانند سیلیکون نیز وجود دارند):

۵۱ وزن مولکولی (MW) بسیار بالا، از چند هزار تا یک میلیون و بیشتر، در مقابل ده ها یا صدها

۵۲ توزیع وزن مولکولی (MWD) در مقابل MW یکنواخت در ترکیبات آلی معمولی اغلب پلیمرهایی که در بسته بندی مواد غذایی استفاده می شوند تروپلاستیک ها هستند، در درجه حرارت بالا نرم می گردند و در اثر سرد کردن مجدداً سخت می شوند بدون این که ترکیب شیمیایی آن ها تغییر کند.

در مقابل این دسته ترموست ها هستند که در اثر گرم شدن به صورت غیر قابل برگشت تغییر می کنند. ترموپلاستیک ها ارجحیت دارند چون پلیمر اصلی ممکن است در معرض چند بار گرم کردن و سرد کردن متوالی در جریان تولید و تشکیل ورقه و یا ظرف قرار گیرد. ترموست ها به این شکل فرآیند نمی شوند. مصرف آن ها در صنایع غذایی برای در بطری است که در این صورت با ماده غذایی تماس مستقیم ندارند.

← ظروف یکبار مصرف گیاهی یا پلیمرهای گیاهی

استفاده از ظروف یک بار مصرف گیاهی به دلیل برخورداری از مزایای خوب سلامت به همگان توصیه می شود. زمان برگشت ظروف پلاستیکی یک بار مصرف به طبیعت ۳۰۰ تا ۵۰۰ سال





بسته بندی مواد غذایی و نکات مهم در اصول بسته بندی مواد غذایی که باید بدانید!

بندی مواد غذایی، محافظت از آنها در برابر آسیب های وارد شده طی حمل و نقل، جابجایی و انبار کردن آنهاست. حتی آنها را از آسیب مستقیم رطوبت، نور، گرما و سایر فاکتورهای محیطی ایمن نگه می دارد.

← **جذب مشتری:** یک ماده غذایی با بسته بندی و طراحی اصولی و شیک، قطعاً در جلب نظر مشتریان بسیار موفق عمل خواهد کرد و در نتیجه روی میل آنها برای خرید نیز اثر مثبت خواهد گذاشت. طبق نظر سنجی ها، دو سوم مشتریان گفته اند که نوع بسته بندی تأثیر زیادی در تصمیم گیری آنها برای خرید یک محصول دارد. اطلاعات دهنده: بدون انجام اصول بسته بندی مواد غذایی، مشتریان متوجه نخواهند شد که مواد تشکیل دهنده محصول پیش روی آنها از چیست، شرایط نگهداری آن به چه نحوی است، چطور باید استفاده کرد و غیره. در چنین شرایطی قطعاً محصولی که این موارد را به خوبی با طراحی حرفه ای عرضه کرده باشد، مورد پسند مشتری خواهد بود.

← **حمل و نقل راحت تر:** اگر اصول بسته بندی کردن مواد غذایی رعایت نشود، مشتریان در حمل مواد غذایی به مشکل خواهند خورد و به همین دلیل می بینیم که بسته به نوع ماده غذایی یا خوراکی آنها را به شکل قوطی، جعبه، بطری، کیف و غیره قرار می دهند. و غیره...

اصول بسته بندی مواد غذایی کدامند؟

تا اینجا متوجه شدید که آشنایی و رعایت چاپ و بسته بندی مواد غذایی تا چه حد در حفاظت از محصولات، بازاریابی، جلب نظر مشتریان و میزان درآمد یک شرکت تولیدی تأثیر گذار است. از طرفی هم باید متوجه شده باشید که بسته بندی مواد غذایی به همین سادگی نیست و پروسه های کاملاً پیچیده است، به همین دلیل شرکت های حرفه ای تولید مواد غذایی با شرکت های طراحی، چاپ و ساخت بسته بندی همکاری می کنند.

چنانچه شما نیز به عنوان یک شرکت تولید کننده مواد غذایی فعالیت دارید و قصد

چرا یادگیری اصول بسته بندی مواد غذایی بسیار مهم است؟

یادگیری اصول بسته بندی مواد غذایی نه تنها برای محافظت کامل از مواد غذایی بلکه برای بازاریابی صحیح و بی نقص هم ضروری است. به همین دلیل شاهد هستیم که برخلاف گذشته، کارخانجات تولید مواد غذایی، خرده فروشان و شرکت های طراحی و خدمات دهنده بسته بندی محصولات، ارتباط کاری تنگاتنگی با یکدیگر دارند تا طراحی و بسته بندی محصولات با سلیقه مشتریان، هماهنگی بیشتری داشته باشد.

حتی رعایت اصول طراحی بسته بندی مواد غذایی از آنجایی ارزش و اهمیت بسیار بیشتری پیدا کرد که طبق تحقیقات گسترده در زمینه بازاریابی و میزان رضایت مشتریان و عوامل افزایش دهنده خرید آن ها متوجه شدند که اگر اصول بسته بندی مواد غذایی به خوبی رعایت شده باشد، روی جلب نگاه و توجه مشتریان، راحتی آن ها، اطلاع رسانی و برندسازی و نرخ فروش محصولات به شدت تأثیر می گذارد.

اصول طراحی چاپ و بسته بندی که باید بدانیم!

اصول بسته بندی مواد غذایی هم برای محصولات و هم جلب نظر مشتری و کسب درآمد بسیار مهم است اگر بخواهیم به صورت موردی مزایای بکارگیری اصول بسته بندی مواد غذایی را بیان کنیم تا متوجه شوید رعایت آنها چرا اینقدر اهمیت دارد می توان به موارد زیر اشاره کرد:

← **محافظت:** هدف اولیه از بکارگیری نکات و اصول طراحی بسته

روی بسته بندی باید مرتبط با نوع محصول یا نوع مواد اولیه مورد استفاده یا فواید آن یا حتی ترکیبی از آنها باشد در هر صورت باید جذاب و با کیفیت باشند.

← **سبک مینیمالیستی:** اگر می خواهید تصویر روی بسته بندی به خوبی جلب توجه کند، ترکیب رنگ زیبایی که انتخاب کرده اید به چشم بیاید و برند شما در نوشته ها گم نشود و مشتریان به خوبی دستورالعمل نگهداری و شیوه مصرف را پیدا کنند، طراحی بسته بندی را خیلی شلوغ نکنید و ساده گرای پیتر از همه است.

← **امنیت:** حتماً می دانید که شرکت های مختلف مخصوصاً شرکت هایی که در سطح بین المللی فعالیت می کنند، محصولات خود را باید کیلومترها جابجا کنند و این یعنی از چندین ساعت تا چند روز، مواد غذایی آنها باید شرایط محیطی مختلف مسیر حمل و نقل را تحمل کنند و هیچ آسیبی به آنها نرسد و تا زمان رسیدن به دست مشتری تازه گی خود را حفظ کنند مثل سبزیجات، نوشیدنی ها و گوشت و غیره. پس یکی از اصول بسته بندی مواد غذایی بسته بندی کاملاً ایمن و بدون اجازه نفوذ گرد و خاک، هوا و پاتوژن های آلوده کننده است.

← **کارایی و کاربرد:** برخی از شرکت های تولید مواد غذایی که خودشان کار طراحی بسته بندی را انجام می دهند فقط به این فکر می کنند که اصول بسته بندی مواد غذایی یعنی فضایی که محصول آنها در آن قرار بگیرد تا آسیب نبیند و تازه بماند اما به این فکر نیستند که علاوه بر موارد گفته شده، باید کارایی و کاربرد نیز داشته باشد. مثلاً طوری طراحی کنید که در فضای کمتر بتوان تعداد بیشتری از آنها را در داخل بسته بندی و قفسه ها قرار داد یا بتوان پس از اتمام محصول، آنها را برای کارهای دیگری هم استفاده کرد. در چنین شرایطی حتی اگر بخاطر نوع بسته بندی قیمت محصول شما بالاتر باشد، مشتریان باز هم استقبال خواهند کرد.

← **متریال ساخت:** از مهمترین نکات و اصول بسته بندی مواد غذایی، توجه به متریالی است که از آن استفاده خواهید کرد. به عنوان مثال نباید از ورقه های حلبی از جنس قلع برای مواد خوراکی تر استفاده کرد چون فلزات سنگین سمی آن با غذا واکنش می دهد با اینکه انتخاب این متریال از لحاظ اقتصادی و سودآوری برای شرکت ها بهتر است.

به عنوان مثال اگر شرکت تولیدی شیر، آب، آبمیوه و غلات هستتید و می خواهید از متریال پلاستیک استفاده کنید حتماً باید از نوع HDPE باشد. یا اگر کار تولید ماست و کچاپ دارید، بهترین گزینه متریال پلی پروپیلن است که هم طراحی شما بر روی آن بسیار زیبا خواهد شد و هم جلوی ترشیدگی مواد غذایی را می گیرد و غیره. پس از اصول بسته بندی مواد غذایی که باید در همان ابتدا نیز به آن توجه شود نوع متریال بسته به نوع محصول تولیدی است و سپس طراحی اصولی سایر بخش ها و مواردی که گفته شد چرا که برخی از متریال ها نمی توانند تنوع رنگ یا شکل زیادی داشته باشند. با رعایت اصول بسته بندی مواد غذایی، دیده شدن در بین سایر رقبا سخت نیست.

منبع: آریا هنر



همکاری با شرکت های طراحی، چاپ و ساخت بسته بندی را داشته و یا در داخل شرکت چنین بخشی را در نظر گرفته اید باید اصول بسته بندی مواد غذایی که در ادامه اشاره می کنیم رعایت کنید:

← **محصول:** مهم ترین اصل و فاکتور هنگام طراحی و ساخت بسته بندی مواد غذایی، خود محصول است که با توجه به گستردگی زیاد صنایع تولید مواد غذایی، تنوع گسترده ای هم در بسته بندی وجود خواهد داشت. هنگام طراحی بسته بندی برحسب نوع مواد غذایی باید میزان عمر محصول در فروشگاه (Shelf Life)، مقدار، شرایط نگهداری و مصرف و غیره را در نظر گرفت. مثلاً از اصول بسته بندی مواد غذایی برحسب محصول این است که برخی از محصولات نیاز به فضای آزاد زیادی دارند و برخی نیز مثل نوشیدنی ها باید کاملاً مقاوم در برابر ضربات باشند.

← **طراحی یکپارچه:** از اصول بسته بندی مواد غذایی که رعایت آن بسیار مهم است، طراحی یکپارچه است یعنی در سائزهای مختلف بسته بندی باید از طراحی یکسان استفاده کرد و یا مثلاً برای محصولات نوشیدنی که طعم های مختلفی دارند، از همان طراحی استفاده کنید اما رنگ آن را متناسب با نوع نوشیدنی تغییر دهید به این کار ساخت پیام برندی گویند. ضمناً اگر شرکت شما تحت نام های مختلف محصولات گوناگونی تولید می کند حتماً در طراحی بسته بندی مواد غذایی، این نکته را منتقل کنید.

← **شکل:** حتماً تا به حال دقت کرده اید که شکل بسته بندی های مواد غذایی اکثراً مستطیلی، جعبه ای، مکعبی، استوانه ای و مشابه آنهاست اما اگر شما می خواهید از رقبا خود سبقت بگیرید باید بسته به نوع ماده غذایی، تنوع در شکل آنها ایجاد کنید. با اینکه شکل بسته بندی مواد غذایی تضمین کننده افزایش میزان فروش نیست اما در جلب توجه کردن مشتری بسیار مؤثر است. به همین دلیل از اصول بسته بندی مواد غذایی این است که یا شکل بسته بندی هایی که صنایع رقیب شما استفاده می کنند را تغییر دهید یا اینکه کلاً فرم جدیدی را از شرکت طرف قرارداد خود درخواست کنید.

پیام برند و محصول: از حرفه ای ترین و هوشمندانه ترین اصولی که در بسته بندی مواد غذایی باید به آن توجه شود، انتقال مؤثر پیام برند و محصول است. به عنوان مثال اگر محصول تولیدی شما انواع شکلات است، می دانید که مصرف شکلات باعث افزایش انرژی افراد می شود پس این را در طراحی بسته بندی ها نشان دهید. یا به عنوان مثال اگر تولید و بسته بندی آجیل را بر عهده دارید در طراحی بسته بندی آنها به نقش آجیل در بهبود حافظه هم اشاره کنید.

← **تصویر:** طبیعتاً وقتی به هر چیزی نگاه می کنید، بخش بزرگ تر سریع تر به چشم می آید که در مورد بسته بندی محصولات، تصویر درج شده بر روی بسته بندی است و همانطور که می دانید تصاویر قدرت انتقال مطلب بسیار سریعتری دارند و بسیار مهم است که در همان لحظه اول، تأثیر خوبی روی مشتری بگذارد. از اصول بسته بندی مواد غذایی این است که تصویر درج شده

طراحی بسته بندی جذاب و خلاقانه چه نقشی در تبلیغات دارد؟



خود جلب کند و در میان سایر بسته بندی های ایده جدید ارائه دهد. بسیاری از مصرف کنندگان در زمان خرید محصولات به بسته بندی آن ها دقت می کنند، ممکن است خریدی داشته باشند که هرگز نام برند را هم قبلاً نشنیده باشند از این رو بسته بندی همچون بازار یاب خاموش به راحتی سبب جذب مخاطب و ایجاد احساس نیاز به خرید شود.

اغلب افراد در زمان خرید، هیجانی عمل می کنند و حتی چیزهایی را می خرند که به آن نیازی ندارند که این هنر یک طراح حرفه ای بسته بندی است که این انگیزه را در مشتری ایجاد کرده تا خود را ملزم به خرید محصول کند.

همانطور که گفته شد در طراحی بسته بندی های ایرانی هیچ نوع ایده و طرح خاصی پیاده سازی نمی شود و بسیاری از طراحان به کپی از نمونه های خارجی اکتفا می کنند و این هیچ جذابیتی در نگاه مخاطب نخواهد داشت. تکراری ها پیام مشابهی را در فروشگاه به مشتری می دهد و برای خریدار فرقی نمی کند کدام برند را بخرد زیرا طراحی های همه یکسان است و نام برند با این اوصاف زیاد تمایزی ایجاد نمی کند. ما سعی داریم در ادامه تعریف درستی از بسته بندی و نکات مهم آن داشته باشیم، پس با ما همراه باشید.

نکات مهم در طراحی بسته بندی

اگر بخواهیم به اختصار بسته بندی را تعریف کنیم باید گفت بسته بندی مجموعه، فرآیندهایی است که هدف آنها حمل و نقل درست، انبار کردن صحیح و آسان، توزیع مناسب، فروش و استفاده آسان و بهینه محصولات می باشد. در طراحی بسته بندی باید به نکات مهمی توجه کنید که عبارتند از:

- توجه به نوع هر محصول - هر محصول شرایط خاصی را از نظر نگهداری و حمل دارا می باشد که باید در طراحی و جنس بسته بندی به آن توجه شود. کیفیت جنس به کار رفته

قبل از صحبت در مورد نقش طراحی بسته بندی در تبلیغات و برندینگ از شما می خواهیم یک فروشگاه را تجسم کنید. در اولین تصور از فروشگاه سالن هایی با قفسه های مملو از محصولات با بسته بندی های مختلف به چشم می آید. اما آیا به این نکته توجه کرده اید که چرا مشتریان یک فروشگاه اغلب جذب تعداد اندکی از محصولات می شوند؟ یکی از مهم ترین عوامل تبلیغاتی در محیط فروشگاه و بازار نوع و رنگ و طراحی بسته بندی می باشد.

هر چقدر بسته بندی خلاقانه تر باشد مشتریان بیشتری را به خود جلب می کند. چشم انسان بدنبال متفاوت ترین هاست. توجه به بسته بندی محصولات دقیقاً مشابه با توجه به نوع پوشش در اولین دیدار با افراد خاص در زندگی تان می باشد. همان طور که شما تلاش می کنید تا در نگاه اول ظاهری آراسته و به یادماندنی داشته باشید برای بسته بندی محصولات نیز باید به همین موضوع توجه کنید.

بسته بندی های خلاقانه مانند طراحی لوگو یکی از تاثیر گذارترین عوامل تبلیغاتی می باشند. متأسفانه بخاطر عدم توجه به خلاقیت و ایده پردازی در تبلیغات و بسته بندی، ایران موقعیت های تجاری زیادی را در بازار جهانی از دست داده است. ناگفته نماند که در چند سال اخیر ایران شاهد رشد زیادی در زمینه خلاقیت و ایده پردازی در تبلیغات بوده است اما علی رقم این رشد چشمگیر هنوز جای خلاقیت درست و جذاب خالی است.

خلاقیت در طراحی بسته بندی باید به گونه ای باشد که نگاه ها را به

خواهید داد طی مدت ۵ ثانیه به شناخت کافی از محصول برسند. رنگ و عکس‌های به کار رفته برای طراحی بسته بندی یکی از مهم‌ترین عوامل در جذابیت طرح می‌باشد. رنگ‌ها نقش بسزایی در فروش دارند، بهتر است از رنگ‌هایی استفاده کنید که جذاب هستند و از طرفی به گونه‌ای با محتویات مرتبط باشد. می‌توانید یکی از رنگ‌های اصلی و مسلط به طراحی بسته بندی را با توجه به رنگ محصول انتخاب کنید تا حس خوشایند یک خرید را در خریدار ایجاد نمایید.

اما نکته بسیار مهمی در برندینگ و تبلیغات وجود دارد و آن توجه همزمان به کیفیت محصولات در کنار نوع تبلیغات می‌باشد. توجه زیاد به تبلیغات نباید تأثیر منفی روی کیفیت محصولات داشته باشد. یک بسته بندی جذاب و خلاقانه ممکن است در ابتدا مشتریان زیادی را به خود جذب کند اما به مرور کیفیت نامطلوب محصول نقش بسته بندی خلاقانه را کم رنگ خواهد کرد.

ممکن است بهترین نوع طراحی بسته بندی را به بازار ارائه دهید اما اگر کیفیت محتویات را افزایش ندهید هرگز به فروش بیشتر دست پیدا نخواهید کرد، مشتری زمانی از خرید رضایت خواهد داشت که کیفیت آنچه را که می‌بیند مطابق با آن چیزی باشد که استفاده می‌کند. در غیر این صورت این احساس را در وی ایجاد خواهید کرد که فریب خورده است و جذب زرق و برق طراحی بسته بندی شده است.

طراحی بسته بندی تجاری و داخلی امروزه یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های تولید کنندگان است که با مدرنیته شدن جهان کیفیت تولیدات نیز افزایش یافته و علم و صنعت نیز در زمینه طراحی بسته بندی موفق تر عمل می‌نمایند. با این حال تولید کنندگان می‌توانند در بازار داغ جهانی رقابت کنند که محصولات مرغوب را همراه با بسته بندی حرفه‌ای و خلاقانه ارائه کند.

منبع: نظریف گرافیک

برای طراحی بسته بندی باید به گونه‌ای باشد که به کیفیت فیزیکی محصولات داخل آن آسیبی وارد نشود. جنس بسته بندی‌ها بهتر است از مواد غیر شیمیایی و با کیفیت انتخاب شود تا علاوه بر حفظ و نگهداری محتویات مانع از ورود ذرات و آلاینده‌های خارجی به داخل بسته بندی شود. در برخی کشورها از بسته بندی‌های دوست دار محیط زیست استفاده می‌شود که در طبیعت باقی نمی‌مانند و در آب یا خاک بدون ایجاد هیچ نوع آلودگی تجزیه می‌شوند.

در نظر گرفتن رقابت بین شرکت‌های تولیدی مختلف - سعی کنید طراحی را برای بسته بندی یک محصول ارائه دهید که خلاقیت جذاب و گیرایی داشته باشد به طوری که در قفسه‌های فروشگاه ناخودآگاه مشتری را جذب خود کند. همانطور که گفته شد تکراری شدن و کپی برداری از طراحی بسته بندی‌های دیگر شانس فروش برابر و حتی کمتر را به محصولات می‌دهد که برای مشتری اصلا دیدن این محصولات جذاب نیست. اگر می‌خواهید در غرفه‌های فروشگاه با شوق و هیجان وافر مصرف کننده روبرو شوید بهتر است طراحی بسته بندی محصولات خود را به افراد حرفه‌ای بسپارید تا هر آنچه از تجربیات و مهارت‌های خود را که در سر دارند در اختیار تان قرار دهند. استفاده از طرح‌های حرفه‌ای نه تنها سبب جلب توجه مشتری می‌شود، بلکه در مدت زمان کوتاهی خواهید دید میزان تقاضا افزایش یافته و درآمدهای زیادی به دست آورده‌اید.

توجه به ویژگی‌های مشتریان هر نوع محصولات - محصولاتی که خاص افراد جوان می‌باشد باید خلاقیت زیاد و جذابی داشته باشند و برای افراد مسن تر محصول با بسته بندی ساده تر و مرتب‌تری مناسب می‌باشد. همواره در زمان طراحی بسته بندی باید بدانید محصول برای چه گروه از جامعه، چه جنسیتی و رده سنی قرار است ارائه شود. انتخاب رنگ، فونت، المان‌ها و تصاویر برای هر یک از موارد فوق دنیای متفاوتی دارد که قطعاً باید این اطلاعات را در اختیار طراح قرار دهید تا بهتر بتواند برای بازار هدف تان طراحی بسته بندی را انجام دهد.

از دید فنی به بسته بندی توجه کنید. مسائل زیست محیطی، الگوی هندسی طرح را برای کاربردهای مختلف محصول در نظر بگیرید. به نوع انبار کردن محصولات توجه کنید. بسته بندی را طراحی کنید که حمل و چینش راحت‌تری را داشته باشد. بسته بندی‌ها باید در زمان جابجایی، انبار و فروش ضد ضربه شوند و محتویات هیچ تماسی با بیرون پیدا نکنند. ابعاد بسته بندی باید طوری باشد که جای زیادی اشغال نکند و در زمان حمل و جابجایی به آسانی جابجا شود. همچنین باز و بست درب بسته بندی به آسانی انجام شود و هیچ سختی در کار مصرف کننده ایجاد نکند. این مورد اگر بخوبی رعایت نشود حتی اگر بسته بندی حرفه‌ای

ارائه داده باشید، فکر باز و بست کردن آن هم مشتری را آزرده خاطر خواهد ساخت و از

خرید محصول منصرف می‌شود.

با توجه به اینکه بسته بندی یک محصول دارای نشانه‌هایی در مورد محصول می‌باشد پس به چیدمان درست مشخصات محصول روی طرح دقت کنید و نام شرکت که مهم‌ترین بخش می‌باشد در جای درستی باید قرار گیرد. در جوامع پیشرفته تر هر محصول که اطلاعات بیشتری روی بسته بندی آن باشد قابل اعتمادتر است. بهتر است و نشان تجاری را در بالا یا مرکز طرح قرار دهید تا دید کافی را داشته باشد. برای درج اطلاعات از کادرها و دسته

بندی‌های مشخص استفاده کنید و زیاد

هم وارد جزئیات نشوید. اطلاعات زیاد باعث سردرگم

شدن مخاطب می‌شود و حس اطمینان را از بین می‌برد.

با درج اطلاعات لازم به صورت خوانا به مشتری این فرصت را



خواص پروتئین های حیوانی



◀ **ویتامین د:** پیش ساز ویتامین د به مقدار زیادی در منابع حیوانی هستند که نقش حیاتی در متابولیسم کلسیم و تقویت استخوان ها، تقویت سیستم ایمنی، کاهش خطر بیماری های قلبی-عروقی، دیابت، بیماری های خودایمنی و سرطان ها دارد.

◀ **ید:** کمک به ساخت هورمون های تیروئیدی که اعمال مهمی را در بدن انجام می دهند.

◀ **آهن:** بدن به آهن برای رشد بافت ها نیازمند است،

همچنین از آن برای خونسازی و در نتیجه اکسیژن رسانی به بافت ها استفاده می کند.

◀ **روی:** تقویت سیستم ایمنی، سلامت

پوست و حفظ رشد و متابولیسم بدن و ترمیم زخم از جمله فعالیت های عنصر روی در بدن می باشند.

◀ **امگا ۳:** امگا ۳ یک اسید چرب

ضروری است که نقش مهمی در سلامت سیستم قلبی-عروقی و پیشگیری از ابتلا به بیماری های قلبی دارد. همچنین سیستم عصبی و مغز برای حفظ عملکرد خود به امگا ۳ احتیاج دارند.

غذاهای دریایی منابع بسیار خوب

امگا ۳ حیوانی محسوب می شوند.

◀ **کلسیم:** کلسیم که به فراوانی در لبنیات

یافت می شود، در ساخت و حفظ استخوان های قوی و عملکرد عضلات، قلب و سیستم عصبی نقش

دارد.

توجه به این نکته حائز اهمیت است که هر چند پروتئین های حیوانی دارای ترکیبات مغذی فراوانی می باشند، بهتر است از منابع حیوانی کم چرب همچون لبنیات کم چرب، تخم پرندگان، گوشت سفید همچون ماهی، مرغ و دیگر ماکیان به جای گوشت قرمز و پروتئین های فرآوری شده همچون سوسیس و کالباس که می توانند خطر بروز دیابت، بیماری های قلبی-عروقی، برخی سرطان ها و چاقی را افزایش دهند، استفاده نمود.

پروتئین ها ترکیباتی هستند که برای بقا، رشد و گسترش بافتی حیاتی می باشند و دومین منبع بزرگ انرژی در بدن پس از ذخایر چربی به شمار می روند. کمبود و از دست دهی پروتئین منجر به کاهش تنفس، عملکرد ایمنی و اندام ها و سرانجام مرگ می شود. واحدهای سازنده پروتئین ها، اسیدهای آمینه می باشند که برای تشکیل آنها بدن به ۲۰ نوع اسید آمینه مختلف نیاز دارد.

از این ۲۰ نوع اسید آمینه، بدن انسان قادر به تولید

۹ اسید آمینه ضروری نمی باشد که در نتیجه برای عملکرد بهینه بدن نیاز است از منابع

خارجی یعنی غذاها تأمین گردند.

پروتئین های حیوانی، پروتئین های

با کیفیتی هستند که حاوی تمام

اسیدهای آمینه ضروری بدن

می باشند. عمده منبع پروتئین

در بافتی رژیم غذایی از لبنیات،

تخم پرندگان، ماکیان، غذاهای

دریایی و گوشت قرمز است که

می توانند تأمین کننده مواد

مغذی متفاوتی باشند.

ترکیبات مغذی

پروتئین های حیوانی

◀ **ویتامین های گروه ب:**

ویتامین های گروه ب به فراوانی در پروتئین های

حیوانی یافت می شوند و اعمال متعددی در بدن

بر عهده دارند از قبیل: خونسازی، تولید انرژی از مواد

غذایی و سلامت سیستم و سلول های عصبی. در میان

ویتامین های گروه ب، ب ۱۲ تنها در منابع حیوانی یافت

می شود و در نتیجه گیاه خواران نیازمند مکمل ب ۱۲

خواهند بود.

◀ **ویتامین آ:** این ویتامین، در تکامل جنین، سلامت پوست،

چشم و بینایی، حفظ غشاهای مخاطی و سیستم ایمنی نقش

دارد.

گردآورندگان: دکتر سیاوش باباجعفری، متخصص تغذیه و رژیم درمانی

میترا سلطانی، کارشناس ارشد تغذیه بالینی



نقش تغذیه در مشاغل سخت

مقدمه

تغذیه و شرایط شغلی دارای اثرات دوسویه ای است، به نحوی که تغذیه نامناسب می تواند موجب بروز خستگی و کاهش عملکرد فرد گردد و در طرف مقابل، مشاغلی که نیازمند تحمل فشار فیزیکی بیشتر، استرس بالاتر، تماس با مواد شیمیایی یا حتی شیفت های چرخشی و نامنظم هستند، می توانند بر روی دریافت های مواد مغذی در افراد تا حد بسیار زیادی اثرگذار باشند.

برخی افراد شاغل در این حوزه به دلیل فعالیت جسمانی بیشتر که عموماً با فشار بالاتر به عضلات همراه است، نیازمند دریافت یک رژیم غذایی با محتوای کالری و پروتئین بالاتر می باشند. در واقع این رژیم بر پایه یک رژیم عادی و معمول است که به وسیله غذاهای پر کالری و پر پروتئین تر تکمیل می گردد. طبعاً مصرف بیشتر کالری و پروتئین، نیاز به دریافت مواد مغذی را نیز افزایش می دهد. حداقل نیمی از پروتئین دریافتی در روز باید از منابع پروتئینی با ارزش بیولوژیک بالا تأمین گردد، مثل: انواع گوشت، تخم مرغ و لبنیات. دریافت ۶ وعده کم حجم در روز، نسبت به ۳ وعده حجیم بهتر تحمل می گردد. شاید بتوان گفت مهم ترین نکته در رژیم پر پروتئین - پر کالری، زمان بندی مصرف وعده های اصلی و میان وعده ها می باشد. میان وعده ها که جز مهمی از رژیم غذایی می باشند، اگر در زمان نادرست و نزدیک به وعده اصلی مصرف گردند نه تنها موجب افزایش دریافت کالری نمی گردند، بلکه با سرکوب اشتها، از دریافت مواد غذایی در وعده اصلی نیز جلوگیری می نماید. بنابراین استفاده از مواد غذایی با «دانشسته کالری بالا» مثل مغز جات و دانه های روغنی، کربوهیدرات به ویژه غلات کامل، حبوبات، گوشت ها و لبنیات و از طرفی دریافت کافی و متنوع مواد غذایی با ویتامین ها و املاح بالا همچون میوه ها و سبزیجات از اهمیت زیادی برخوردار است.

برخی از افراد در محیط های کاری با استرس زیاد فعالیت می کنند به همین دلیل کافئین

موجود در چای سبز، قهوه و نوشیدنی های انرژی زا ممکن است عوارض استرس بر بدن را تشدید نماید. همچنین، پاسخ طبیعی بدن به استرس، افزایش قند، فشار و چربی خون می باشد، بنابراین مصرف قندهای تصفیه شده همچون شکر و آبمیوه های صنعتی و غذاهای فرآوری شده می تواند موجب خطر بیشتر بیماری دیابت و بیماری های قلبی - عروقی در این افراد شود. توصیه می شود این گروه دریافت ویتامین B و همچنین آنتی اکسیدان های بالاتری از طریق میوه و سبزیجات داشته باشند و همچنین عمده کربوهیدرات دریافتی از کربوهیدرات پیچیده همچون غلات کامل یا سبوس دار، حبوبات و سبزیجات باشد.

مشاغلی با شیفت های چرخشی می توانند بر وضعیت خواب، الگوی غذایی، انتخاب غذا و حتی آشامیدنی های مصرفی مؤثر باشند. این گروه در شیفت های کاری خود گاهی یا وعده های غذایی را حذف و گرسنگی های طولانی و در پی آن پر خوری را تجربه می کنند، یا به سراغ غذاهای آماده که غالباً سرشار از چربی، قند، نمک و به طور کلی ارزش تغذیه ای پایینی هستند می روند. به این افراد توصیه می شود: در طول شبانه روز ۳ وعده غذایی اصلی و ۲-۳ میان وعده هر ۳-۴ ساعت یک بار داشته باشند.

خوراکی های مناسب صبحانه در وعده صبح، غذاهای مناسب وعده ناهار در ظهر و منوی شام در وعده شب مصرف شود تا ریتم طبیعی بدن دچار مشکل نگردد.

در هنگام شیفت کاری از وعده غذایی یا میان وعده های حاوی پروتئین که مدت زمان طولانی تری فرد را سیر نگه می دارند، استفاده شود.

یک وعده غذایی کوچک پس از شیفت کاری میل شود تا پس از بیداری احساس گرسنگی زیاد تجربه نشود.

روزانه مقدار آب کافی نوشیده و از مصرف نوشیدنی های انرژی زا، حاوی کافئین یا قند زیاد اجتناب شود.

کار کردن در محیط های آلوده به مواد شیمیایی صنعتی، افراد را در معرض ابتلا به بیماری های مختلفی همچون اختلالات قلبی - عروقی و سرطان قرار می دهد. توجه به رژیم غذایی سالم و سرشار از ترکیبات آنتی اکسیدانی برای کاهش عوارض و اثرات منفی ترکیبات سمی بسیار مهم است. مصرف چربی های مفید همچون دانه های روغنی، مغزی جات، روغن زیتون، کانولا و ماهی به افزایش دریافت اسیدهای چرب ضروری به ویژه امگا ۳ کمک می کند. دریافت ویتامین B و ترکیبات آنتی اکسیدانی ویژه که در میوه جات و سبزیجات با رنگ های متنوع یافت می شود، مصرف ویتامین ای موجود در جوانه گندم، دانه های روغنی و مغزی جات، توجه به بهداشت و ایمنی مواد غذایی مصرفی و به طور کلی دریافت یک رژیم غذایی متنوع و متعادل از نکات قابل توجه می باشد.

به طور کلی متخصصین تغذیه به افراد شاغل در مشاغل سخت توصیه به رعایت یک رژیم غذایی متنوع، متعادل و با وعده های مکرر می کنند که نه تنها بتواند نیازهای بالاتر و خاص این افراد را تأمین نماید، بلکه با کاهش خستگی، افزایش تمرکز و بهبود عملکرد کارکنان، به پویایی محیط های شغلی منجر گردد.

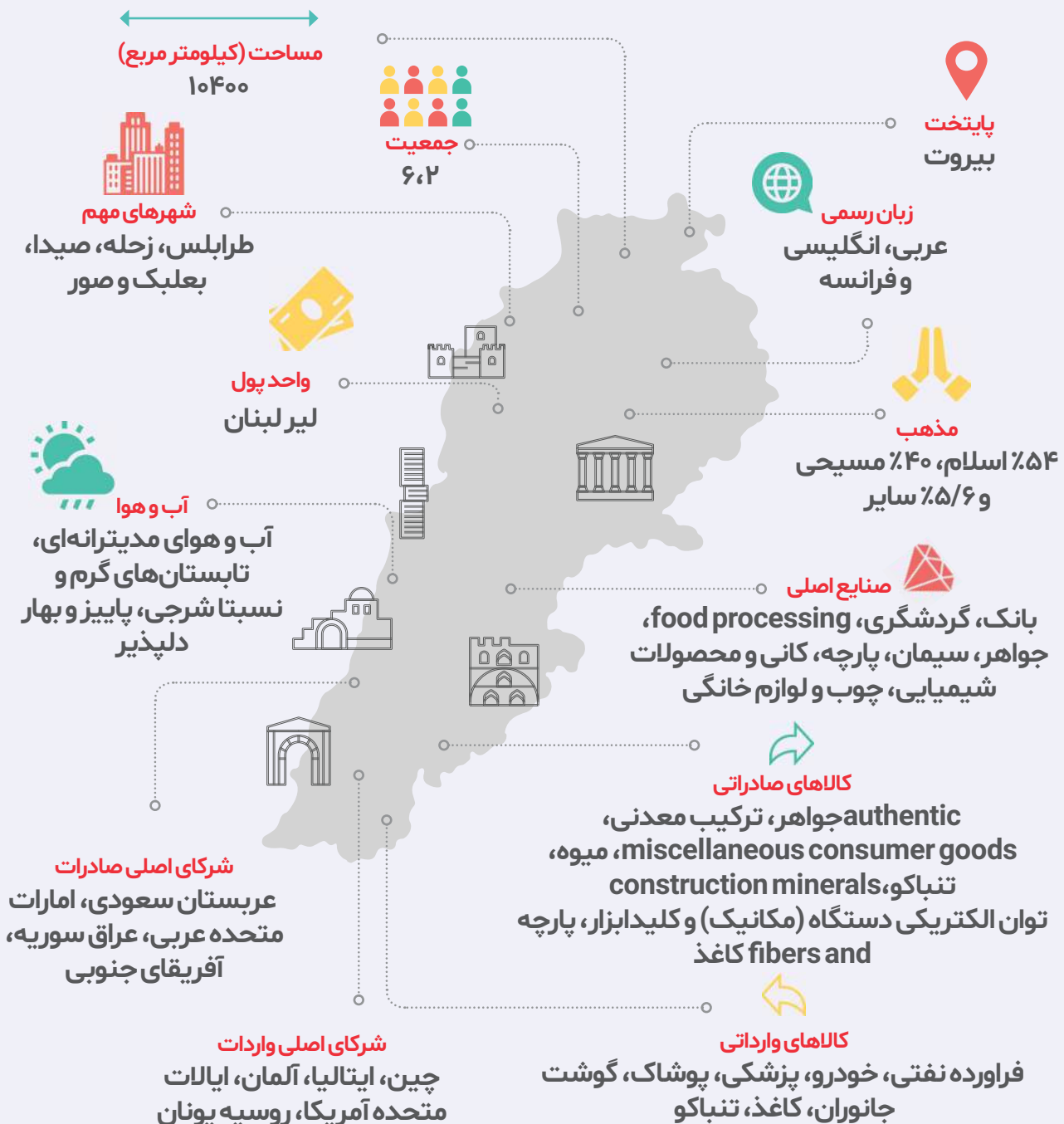
گردآورندگان: دکتر سیاوش باباجعفری، متخصص تغذیه و رژیم درمانی

میترا سلطانی، کارشناس ارشد تغذیه بالینی



بررسی کشور لبنان

Survey of Lebanon





پدیدآمده از مدیترانه راسد می‌کنند، باران زیادی نمی‌بارد. لبنان دارای جنگل‌های وسیع در ختان سدر است. سدر به نماد ملی لبنان نیز تبدیل شده است.

تقسیمات کشوری لبنان

از آنجا که مردم لبنان در ۶۰ سال گذشته به شهرنشینی روی آورده‌اند، بیشتر جمعیت این کشور در شهرها به‌ویژه در پایتخت آن، بیروت و اطراف آن سکنی گزیده‌اند. بیش از نیمی از لبنانی‌ها در بیروت زندگی می‌کنند.

لبنان شامل شش استان و ۲۵ ناحیه است. نواحی آن به چندین منطقه تقسیم می‌شود که این نواحی نیز شامل چندین شهر و روستاست. استان‌های لبنان شامل استان بیروت (تنها محدود به شهر بیروت)، استان بقاع (شامل نواحی هرمل، بعلبک، زهله، بقاع غربی و رایشه)، استان نبطیه یا جبل عامل (شامل نبطیه، حصیه، مرجعیون و نیت جبیل)، استان شمالی یا الشمال (شامل هفت ناحیه عکار، طرابلس، زغرتا، بشری، البترون، الکوره و المینیه دانیه)، استان جنوبی یا الجنوب (شامل صیدا، صور و جزین) و استان جبل لبنان یا جبل اللبنانیه (شامل جمیل، کسروان، المتن، بعدا، عالیه، و الشموف).

لبنان از شش استان (به عربی: أَلْمَحَافِظَة) تشکیل شده است.

- استان بیروت
- استان جبل لبنان
- استان شمالی لبنان
- استان بقاع
- استان نبطیه
- استان جنوبی لبنان
- فرهنگ و هنر

معرفی لبنان

نام لبنان از ریشه واژه سامی «لبن» به معنای سفید اس، که احتمالاً به کوه‌های برف‌گیر لبنان اشاره دارد. نخستین اشاره به این نام به هزاره سوم پیش از میلاد و در متون مختلف یافت شده در ابلا برمی‌گردد؛ سپس در کتاب مقدس عبری و همین‌طور در افسانه گیل‌گمش به لبنان اشاره شده است.

جغرافیا

لبنان سرزمینی بلند و کوهستانی است که در کرانه شرقی دریای مدیترانه قرار دارد. کرانه‌های لبنان ۲۵۵ کیلومتر درازا دارد. رودخانه‌های مهم لبنان عبارت‌اند از: عاصی و لیطانی در دره سهل البقاع و کلب. رشته‌کوه‌های لبنان عبارت‌اند از: رشته‌کوه‌های لبنان شرقی و رشته‌کوه‌های لبنان غربی که میان این دو رشته کوه، دره سهل البقاع قرار گرفته است. لبنان از شمال و شرق با سوریه و از جنوب با اسرائیل هم‌مرز است. مرز لبنان با سوریه ۳۷۵ کیلومتر است؛ در حالی که مرز لبنان با اسرائیل تنها ۷۹ کیلومتر است. قسمتی از مرز جنوبی لبنان مزارع شبعاً نام دارد. لبنان یکی از کشورهای کوچک دنیاست که مساحتی حدود ۱۰٬۴۵۲ کیلومتر مربع (۴٬۰۳۵ مایل مربع) دارد و از لحاظ بزرگی، رده ۱۶۲ را در میان کشورهای جهان داراست. بسیاری از مناطق لبنان کوهستانی است؛ به جز مناطق ساحلی کم‌عرض و دره بقاع که بخش مهمی از صنعت کشاورزی لبنان در آن متمرکز شده است.

اقلیم

سرزمین لبنان آب‌وهوای مدیترانه‌ای دارد. هوای سواحل در زمستان‌ها سرد و بارانی و در تابستان‌ها گرم و شرجی است. در نواحی بلندتر به ویژه کوهستان‌ها، زمستان‌ها با بارش برف همراه است و دمای هوا به زیر صفر می‌رسد. بخش‌های دیگر این کشور، تابستان‌های گرم و خشک دارد.

بیشتر مناطق لبنان سالانه شاهد باران‌های بسیاری است؛ ولی در مناطق ویژه‌ای در شمال شرق لبنان به علت وجود قله‌های مرتفع کوه‌های غرب که مسیر ابرهای باران‌زای



در بعلبک، بیت‌الدین و بیبلوس است.

▣ جاذبه‌های گردشگری

مناطق ساحلی لبنان در مجاورت دریای مدیترانه واقع شده‌اند. کشور لبنان معروف به «عروس خاورمیانه» دارای جاذبه‌های فراوانی است. شهر بیروت به دلیل زیبایی‌ها و شباهت‌هایی که به پاریس دارد، به «پاریس کوچک» معروف شده است. پنج جاذبه برتر لبنان عبارت‌اند از:

- غار جعیتای بیروت (ثبت شده به عنوان هفتمین عجایب طبیعی دنیا)
- (منطقه حریصا) محل قرارگیری بزرگ‌ترین مجسمه حضرت مریم بعد از برزیل
- روزه بیروت
- موزه مشاهیر لبنان
- مسجد بزرگ امری لبنان
- جونیه
- مرکز شهر بیروت
- خیابان حمرا
- موزه ملی بیروت
- دانشگاه آمریکایی
- چکا (منطقه ساحلی و شنای لبنان)
- زارور (مرکز اسکی و تفریحات زمستانه)

▣ اقتصاد لبنان

اقتصاد لبنان در حال رشد بسیاری است و گردشگری نیز یکی دیگر از عوامل رشد کشور لبنان شده است؛ به صورتی که بخش عظیمی از درآمد این کشور از گردشگران خارجی که برای تفریح یا سرمایه‌گذاری آمده‌اند، تأمین می‌شود. بزرگ‌ترین صنایع و صادرات لبنان در سال ۲۰۱۹ عبارت‌اند از جواهرسازی (مقام پنجم

لبنان برای هزاران سال محل عبور تمدن‌های مختلف بوده است. پس جای تعجب نیست که این کشور کوچک دارای فرهنگی فوق‌العاده غنی و زنده باشد. وجود گونه‌های بسیار قومی و مذهبی به رسوم پرپارا موسیقی، آشپزی و جشن‌های لبنان کمک بسیاری کرده است. مخصوصاً در بیروت دارای هنر غنی است و نمایش‌ها و نمایشگاه‌ها و شوه‌های مد و کنسرت‌های زیادی در طول سال در نگارخانه‌ها، موزه‌ها، تئاترها و اماکن عمومی برگزار می‌شود.

جوان امروز لبنانی اگرچه ظاهری مدرن دارد، به لبنان متحد همچنان وفادار است. فرهنگ جاری در لبنان تبلوری از فرهنگ چند هزار ساله فنیقی‌ها، یونانی‌ها، آشوری‌ها، ایرانی‌ها، رومی‌ها، اعراب و ترک‌های عثمانی است و طی چند دهه اخیر فرهنگ فرانسوی نیز به این مجموعه اضافه شده است.

جامعه لبنان مدرن، تحصیلکرده و قابل مقایسه با جوامع اروپایی مدیترانه است. اکثر لبنانی‌ها دوزبانه هستند و عربی و فرانسه صحبت می‌کنند. به همین دلیل لبنان عضو سازمان بین‌المللی کشورهای فرانسوی‌زبان است. با این حال زبان انگلیسی مخصوصاً بین دانشجویان لبنانی رایج شده است. این کشور نه تنها محل تلاقی مسیحیت با اسلام بلکه دروازه‌ای است که جهان عرب را به اروپا متصل می‌کند.

لبنان همچنین میزبان دانشگاه‌های معتبر مختلفی همچون دانشگاه لبنان، دانشگاه آمریکایی بیروت، دانشگاه سنت جوزف و دانشگاه آمریکایی لبنان است.

فستیوال‌های بین‌المللی مختلفی در لبنان برگزار می‌شوند که هنرمندان پراوزه جهان و مردم بسیار از لبنان و کشورهای دیگر را به سوی خود جذب می‌کنند. مهم‌ترین آن‌ها فستیوال‌های تابستانی

لبنیات و پوشاک به اروپا به شمار می‌رود.

خدمات و تجارت

جنگ داخلی ۹۰-۱۹۷۵ لبنان، زیرساخت‌های اقتصادی لبنان را به شدت تخریب کرد، تولید داخلی را به نصف کاهش داد و موقعیت لبنان به عنوان مرکز ترانزیت کالا و بانکداری خاورمیانه را متزلزل کرد. صلح باعث شد تا دولت مرکزی بتواند کنترل را در بیروت به دست گیرد و مالیات جمع‌آوری کند و به امکانات دولتی و مرزی دسترسی یابد. سیستم بانکی بسیار مطلوب و کارخانجات کوچک و بزرگ و پول خانواده‌ها و خدمات بانکی صادرات صنعتی و کشاورزی و کمک‌های بین‌المللی به عنوان منابع اصلی مبادلات خارجی به بهبود اقتصادی کمک کرده است.

تاقبل از جنگ لبنان و اسرائیل در سال ۲۰۰۶ اقتصاد لبنان شاهد رشد چشمگیری بود و دارایی‌های بانکی به بیش از ۷۰ میلیارد دلار می‌رسید. با اینکه بخش جهانگردی در سال ۲۰۰۵ ده درصد کاهش داشت، بیش از ۱/۲ میلیون نفر جهانگرد از لبنان دیدن کردند. سرمایه‌گذاری در بازار به بالاترین حد خود رسیده بود که بیش از هفت میلیارد دلار در پایان ژانویه ۲۰۰۶ بود. شروع جنگ آگوست، ژوئن سال ۲۰۰۶ منجر به خسارت‌های شدیدی به اقتصاد متزلزل لبنان مخصوصاً بخش جهانگردی شد. بر اساس گزارش اولیه چاپ‌شده از سوی وزارت دارایی در ۳۰ اوت ۲۰۰۶ افت اقتصادی بزرگی در اثر جنگ تحمیل به وجود خواهد آمد. فرودگاه بین‌المللی بیروت مجدداً در سپتامبر ۲۰۰۶ گشایش یافت و تلاش برای بهبود اقتصاد لبنان بسیار شتاب گرفت. حامیان اصلی بازسازی لبنان شامل عربستان سعودی (با کمک ۱/۵ میلیارد دلاری)، اتحادیه اروپا (با کمک یک میلیارد دلار) و بعضی کشورهای دیگر حوزه خلیج فارس با کمک‌های بیش از ۸۰۰ میلیون دلاری بوده‌اند.



جهان)، پتروشیمی، مد و فشن (هشتمین صادرکننده عطر و لباس مجلسی)، محصولات برقی مثل ژنراتور، صنایع غذایی (صدور آجیل به ۱۱۰ کشور جهان).

کشاورزی

لبنان از لحاظ فعالیت‌های کشاورزی (از لحاظ فراهم بودن آب و حاصلخیزی خاک) دارای وضعیت مناسبی است؛ ولی بخش کشاورزی بزرگی ندارد. بخش کشاورزی تنها با جذب ۱۲ درصد نیروی کار کم‌اهمیت‌ترین بخش اقتصادی لبنان است و تنها ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی را شامل می‌شود که آن را در پایین‌ترین رده در میان بخش‌های اقتصادی دیگر قرار می‌دهد. البته لبنان قصد تحول صنعت کشاورزی تا سال ۲۰۲۰ را دارد تا بتواند میلیاردها دلار از کشاورزی درآمد جذب کند.

صنعت

با وجود کمبود مواد خام صنعتی و وابستگی محض به کشورهای عربی لبنان به دلیل بازار آزاد و بدون گمرک از لحاظ صنایع مد و پوشاک، لوازم آرایشی و بهداشتی، مواد غذایی، مصالح ساختمانی، صنایع دارویی پزشکی سرآمد کشورهای عربی است و از صادرکنندگان

روابط تجاری ایران با لبنان

صادرات ج.ا.ایران	۲۱۰۶۴۲۵۱	۲۱۰۰۳۱۵۵	%	۵۲	۵۳-
واردات ج.ا.ایران	۱۲۷۸۳۰۰۲	۱۱۳۲۳۱۸	%	۵۸	۲۹-
حجم کل تجارت	۳۳۸۴۷۲۵۳	۲۲۱۳۵۴۷۳	%	۶۵	۴۶-
تراز بازرگانی	۸۴۸۱۲۴۹	۱۹۸۷۰۸۳۷	-		



روابط تجاری لبنان با جهان - صادرات - سال ۲۰۲۰

ارزش (هزار دلار)	عنوان	HS
۳۲۵۱۷	حیوانات زنده	۰۱
۱۸۱۸	گوشت و احشاء خوراکی	۰۲
۹۸۲	ماهی‌ها و قشرداران، صدف‌داران و سایر آبزیان فاقد ستون فقرات	۰۳
۴۹۷۸	شیر و محصولات لبنی، تخم پرندگان، عسل طبیعی، محصولات خوراکی که منشأ حیوانی دارند	۰۴
۲۰۶۸	سایر محصولات حیوانی	۰۵
۶۸۵	نباتات زنده و محصولات گل‌کاری	۰۶
۴۴۳۹۵	سبزیجات، نباتات، ریشه و غده‌های زیرخاکی خوراکی	۰۷
۱۲۱۳۸۷	میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند آن	۰۸
۳۶۴۰۲	قهوه، چای، ماته و ادویه	۰۹
۱۹۹۷۶	غلات	۱۰
۸۸۸۹	محصولات صنعت آردسازی، مالت، نشاسته و فکول، اینولین، گلوتن گندم	۱۱
۱۰۳۸۰	دانه و میوه‌های روغن‌دار، دانه و بذر و میوه‌های گوناگون، نباتات صنعتی یا دارویی، کاه و نواله	۱۲
۱۳۱	انگم‌ها، صمغ‌ها، رزین‌ها و سایر شیره‌ها و عصاره نباتی	۱۳
۲۱۰	مواد قابل بافت، سایر محصولات نباتی	۱۴
۵۲۳۲۶	چربی‌ها و روغن‌های حیوانی یا نباتی، فرآورده‌های حاصل از تفکیک آن‌ها، چربی‌های خوراکی آماده، موم‌های حیوانی یا نباتی	۱۵
۱۴۸۲۶	فرآورده‌های گوشت، ماهی یا قشرداران، صدف‌داران یا سایر آبزیان فاقد ستون فقرات	۱۶
۱۸۴۷۲	قند و شکر و شیرینی	۱۷
۳۱۷۱۱	کاکائو و فرآورده‌های آن	۱۸
۴۵۴۵۵	فرآورده‌های غلات، آرد، نشاسته، فکول یا شیر، نان‌های شیرینی	۱۹
۱۲۹۴۱۹	فرآورده‌های سبزیجات، میوه‌ها یا سایر اجزای نباتات	۲۰
۴۱۲۲۰	فرآورده‌های خوراکی گوناگون	۲۱
۶۶۴۸۶	نوشابه‌ها، آبگون‌های الکلی و سرکه	۲۲
۳۹۰۳	آخال و تغاله منابع خوراک‌سازی، خوراکی‌های آماده برای حیوانات	۲۳

روابط تجاری لبنان با جهان-واردات- سال ۲۰۲۰

وزن (تن)	ارزش (هزار دلار)	عنوان	HS
۱۲۵۸۴۹	۳۳۶۱۲۲	حیوانات زنده	۰۱
۲۱۴۵۲	۸۸۳۹۲	گوشت و احشاء خوراکی	۰۲
۹۰۰۸	۳۳۴۳۸	ماهی‌ها و قشرداران، صدف‌داران و سایر آبزیان فاقد ستون فقرات	۰۳
۳۸۳۱۱	۱۵۹۶۵۲	شیر و محصولات لبنی، تخم پرندگان، عسل طبیعی، محصولات خوراکی که منشأ حیوانی دارند	۰۴
۱۰۳۷	۱۹۴۷	سایر محصولات حیوانی	۰۵
۷۷۶۹	۶۴۹۰	نباتات زنده و محصولات گل‌کاری	۰۶
۱۸۳۹۱۰	۱۱۲۵۵۵	سبزیجات، نباتات، ریشه و غده‌های زیرخاکی خوراکی	۰۷
۴۰۱۸۶	۷۳۴۹۷	میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند آن	۰۸
۲۹۲۴۳	۷۵۳۱۴	قهوه، چای، ماته و ادویه	۰۹
۱۳۶۹۱۹۴	۳۵۴۶۵۹	غلات	۱۰
۶۲۴۹۸	۲۹۵۷۸	محصولات صنعت آردسازی، مالت، نشاسته و فکول، اینولین، گلوتن گندم	۱۱
۱۸۳۶۶۶	۱۴۳۱۹۶	دانه و میوه‌های روغن‌دار، دانه و بذر و میوه‌های گوناگون، نباتات صنعتی یا دارویی، کاه و نواله	۱۲
۱۵۰	۷۵۱	انگه‌ها، صمغ‌ها، رزین‌ها و سایر شیره‌ها و عصاره نباتی	۱۳
۵۰۸	۸۳۱	مواد قابل بافت، سایر محصولات نباتی	۱۴
۱۳۳۷۳۸	۱۲۷۵۳۵	چربی‌ها و روغن‌های حیوانی یا نباتی، فرآورده‌های حاصل از تفکیک آن‌ها، چربی‌های خوراکی آماده، موم‌های حیوانی یا نباتی	۱۵
۱۳۹۵۱	۵۱۱۹۵	فرآورده‌های گوشت، ماهی یا قشرداران، صدف‌داران یا سایر آبزیان فاقد ستون فقرات	۱۶
۲۳۳۸۷۱	۱۰۸۳۶۹	قند و شکر و شیرینی	۱۷
۸۷۶۴	۳۱۰۸۲	کاکائو و فرآورده‌های آن	۱۸
۹۰۳۶۶	۱۶۶۷۷۸	فرآورده‌های غلات، آرد، نشاسته، فکول یا شیر، نان‌های شیرینی	۱۹
۳۹۸۱۶	۴۳۱۲۰	فرآورده‌های سبزیجات، میوه‌ها یا سایر اجزای نباتات	۲۰
۳۲۳۹۷	۱۲۸۷۰۰	فرآورده‌های خوراکی گوناگون	۲۱
۲۹۵۶۷	۵۹۹۸۴	نوشابه‌ها، آبگون‌های الکلی و سرکه	۲۲
۲۱۰۶۲۰	۹۳۴۱۵	آخال و تفاله منابع خوراک‌سازی، خوراکی‌های آماده برای حیوانات	۲۳

کالاهای مبادلاتی ایران با لبنان-صادرات-سال ۱۴۰۰

وزن (تن)	ارزش (هزار دلار)	عنوان کالا	HS
۰	۳	سایر شترمرغ‌ها به جز شترمرغ بالغ مولد و شترمرغ استرالیایی	۱۰۶۳۳۹۰
۰	۲	سایر حیوانات زنده از نوع پرندگان به جز برای تحقیقات غیر از ردیف‌های ۰۱۰۶۳۱ لغایت ۰۱۰۶۳۳۹۰	۱۰۶۳۹۹۰
۵۸	۱۶۲	سایر انواع میگو	۳۰۶۱۷۰۰
۳۶	۸۱	شیرخشک اطفال در بسته‌بندی‌های تحت خلأ و یک کیلوگرم کمتر به میزان مصوب شورای اقتصاد	۴۰۲۱۰۲۰
۶۰	۱۷۵	شیرخشک اطفال در بسته‌بندی‌های تحت خلأ و یک کیلوگرم و کمتر با میزان مواد چرب از ۱/۵ درصد بیشتر	۴۰۲۲۱۰۰
۰	۱	شیر و خامه شیر تغلیظ شده شیرین نشده (به استثنای شکل جامد آن)	۴۰۲۹۱۱۰
۱۵	۵۷	عسل طبیعی	۴۰۹۰۰۰۰
۴۷	۲۹۵	روده، بادکنک و شکمبه حیوانات کامل یا قطعه‌قطعه شده (غیر از روده، بادکنک و شکمبه کماهی)، به حالت تازه، سرد کرده، یخ زده، نم‌زده یا در آب نمک، خشک کرده یا دودی	۵۰۴۰۰۰۰
۴	۴	پوست و اجزای پرندگان (به استثنای پر برای انباشتن، کرک)	۵۰۵۹۰۰۰
۰	۲	اسپریم گاو	۵۱۱۱۰۰۰
۶۶	۵۲	سیر خشک شده	۷۱۲۹۰۱۰
۴۰۸	۲۸۳۶	پسته‌ها با پوست تازه یا خشک	۸۰۲۵۱۰۰
۳۲۳	۳۵۰۲	مغز پسته تازه یا خشک	۸۰۲۵۲۱۰
۲۷	۲۷۶	سایر پسته‌های غیرمذکور در جای دیگر تازه یا خشک کرده	۸۰۲۵۲۹۰
۱۵۳	۵۸	خرما استعمران تازه یا خشک کرده	۸۰۴۱۰۱۰
۶۷	۵۴	خرما کبکاب تازه یا خشک کرده	۸۰۴۱۰۲۰
۱	۳	خرما پیاروم تازه یا خشک کرده	۸۰۴۱۰۳۰
۱۲۶	۱۳۹	خرما مضافتی تازه یا خشک کرده	۸۰۴۱۰۴۰
۸۳	۳۲	سایر خرماهای غیرمذکور در جای دیگر تازه یا خشک کرده	۸۰۴۱۰۹۰
۱۸۸	۳۰۱	انگوری بی‌دانه (انگور خشک کرده)	۸۰۶۲۰۶۰
۴	۶	کاشمیری سبز دانه‌دار (انگور خشک کرده)	۸۰۶۲۰۸۰
۱۸۶	۳۷	هندوانه تازه	۸۰۷۱۱۰۰
۴۵	۱۹	خریزه تازه و همانند آن	۸۰۷۱۹۰۰
۰	۰	آلو و گوجه تازه	۸۰۹۴۰۰۰
۱۵۳	۸۴	کیوی تازه	۸۱۰۵۰۰۰
۵	۴	زرشک تازه	۸۱۰۹۰۲۰
۳	۱۷	سایر میوه‌های خشک کرده که در جای دیگری مذکور یا مشمول نباشند	۸۱۳۴۰۰۰

۱	۴	مخلوط میوه‌های خشک‌کرده و مخلوط میوه‌های سخت‌پوست خشک‌کرده این فصل غیر مذکور یا مشمول در جای دیگر	۸۱۳۵۰۰۰
۷	۱۴	چای سیاه (تخمیرشده) و جزئا تخمیرشده به جز چای کیسه‌ای در بسته‌های کمتر از ۳ کیلوگرم	۹۰۲۳۰۹۰
۳۳	۵۵	چای سیاه (تخمیرشده) و جزئا تخمیرشده به نحوی دیگر به جز ردیف‌های ۰۹۰۲۴۰۱۰	۹۰۲۴۰۹۰
۰	۰	زعفران آماده برای خرده‌فروشی در بسته‌بندی کمتر از ۱۰ گرم	۹۱۰۲۰۱۰
۱۵۴	۱۵۷	آرد، زبره و پودر سیب‌زمینی	۱۱۰۵۱۰۰۰
۵۰	۱۲	سایر نشاسته ذرت به جز گرید دارویی	۱۱۰۸۱۲۹۰
۰	۰	شیره و عصاره شیرین بیان	۱۳۰۲۱۲۰۰
۴۱۰	۳۶۹	سایر شیره‌ها و عصاره‌های نباتی	۱۳۰۲۱۹۰۰
۴۶	۴۱	لعاب‌ها و مواد غلیظ‌کننده، مشتق از محصولات نباتی غیر مذکور یا مشمول در جای دیگر	۱۳۰۲۳۹۰۰
۱	۵	سایر فرآورده‌های هموژنیزه به غیر از غذاهای رژیمی (چیکن میت)	۱۶۰۲۱۰۹۰
۰	۰	عصاره و شیره گوشت، ماهی یا قشرداران، صدف‌داران یا سایر آبزیان فاقد ستون فقرات/عصاره و شیره گوشت، ماهی یا قشرداران، صدف‌داران یا سایر آبزیان فاقد ستون فقرات	۱۶۰۳۰۰۰۰
۱۳	۶۰	ماهی تن، لیستاوس (Listaos) و بونیت (گونه Sarda)/فرآورده‌ها و کنسروهای ماهی، خاویار و بدل خاویار تهیه شده از تخم ماهی	۱۶۰۴۱۴۰۰
۰	۰	خاویار	۱۶۰۴۳۱۰۰
۰	۰	قند و شکر که به آن مواد خوشبوکننده یا رنگ‌کننده اضافه شده	۱۷۰۱۹۱۰۰
۱۶	۴	شربت گلوکز و دکستروز منوهیدرات غیرترزیقی	۱۷۰۲۳۰۱۰
۷	۱	سایر فروکتوزها و شربت‌های فروکتوز، که حاوی بیش از ۵۰ درصد وزنی فروکتوز باشد، به استثنای قند معکوس	۱۷۰۲۶۰۰۰
۵۶	۸۵	شیرینی (همچنین شکلات سفید) بدون کاکائو که در جای دیگری مذکور نباشد	۱۷۰۴۹۰۹۰
۲۱	۶۱	شکلات، غیره حاوی کاکائو، به صورت بلوک (block)، تخته، میله یا قلم، پر شده به وزن کمتر از ۲ کیلوگرم	۱۸۰۶۹۰۰۰
۰	۰	مخلوط و خمیرها برای تهیه محصولات خمیری، نان شیرینی‌سازی یا بیسکویت‌سازی شماره ۵۱۹	۱۹۰۱۲۰۰۰
۱۳۱	۵۲	سایر خمیرهای غذایی پخته نشده و پیر نشده و آماده نشده به نحوی دیگر به غیر از انواع حاوی تخم مرغ	۱۹۰۲۱۹۰۰
۳۹۶	۲۶۰	بیسکویت‌هایی که به آن‌ها مواد شیرین‌کننده افزوده‌اند	۱۹۰۵۳۱۰۰
۴۲	۴۸	وافل‌ها و ویفرها	۱۹۰۵۳۲۰۰
۱۷	۱۵	سایر نان‌ها، غیره، فطیر، خمیر برای لاک و مهر و خمیرهای خشک‌کرده آرد غیر مذکور در جای دیگر	۱۹۰۵۹۰۹۰
۱۲۲۰	۵۹۰	رب گوجه فرنگی	۲۰۰۲۹۰۱۰
۹۷	۱۵۹	فرآورده‌های هموژنیزه به جز پوره و پوره کنسانتره میوه‌های گرمسیری	۲۰۰۷۱۰۹۰
۸۲	۹۸	آب آناناس تغلیظ شده (کنسانتره)	۲۰۰۹۴۹۱۰
۲۱	۳۶	قهوه قابل حل (قهوه فوری)	۲۱۰۱۱۱۰
۱۳	۵۱	فرآورده‌ها بر اساس عصاره، اسانس‌ها یا تغلیظ شده‌ها یا براساس قهوه	۲۱۰۱۱۲۰۰
۵۱۶	۶۷۱	مخمرهای فعال (زنده)	۲۱۰۲۱۰۰۰

۲۳۱	۲۴۵	سایر سسها و فراوردهها برای سس، چاشنیها و ادویههای مخلوطشده غیرمذکور در جای دیگر	۲۱۰۳۹۰۰۰
۳۲	۱۶	سوپ و آبگوشت و فراوردههای مربوط به آنها	۲۱۰۴۱۰۰۰
۱۳	۱۰	سایر تغلیظشدههای پروتئینی و مواد پروتئینی تکستوره غیر از شمارههای ۲۱۰۶۱۰۱۰ لغایت ۲۱۰۶۱۰۳۰	۲۱۰۶۱۰۹۰
۱۵	۱۹	سایر فراوردههای غذایی که در جای دیگر مذکور یا مشمول نباشد	۲۱۰۶۹۰۹۰
۱۴	۵	آب (همچنین آبهای معدنی و گازدارشده) که به آن قند، شیرینکننده و... افزوده شده باشد	۲۲۰۲۱۰۰۰
۱۲۰	۴۶	آبجوی غیرالکلی	۲۲۰۲۹۱۰۰



کالاهای مبادلاتی ایران با لبنان-واردات-سال ۱۴۰۰

وزن (تن)	ارزش (هزاردلار)	عنوان کالا	HS
۵۵	۱۳۵	قهوه، بونداده کافئین نگرفته غیر مذکور	۹۰۱۱۱۹۰
۴	۹۰۱	بذر خیار	۱۲۰۹۹۱۱۰
۰	۲۶۰	بذر گوجهفرنگی	۱۲۰۹۹۱۱۵
۰	۳۱	بذر بادمجان	۱۲۰۹۹۱۲۵
۰	۱۰۲	بذر ملون	۱۲۰۹۹۹۲۰
۳۰۰	۸۷۱	پودر کاکائو بدون افزودن قند، شکر یا سایر مواد شیرینکننده در بستهبندیهای بیش از ده کیلوگرم	۱۸۰۵۰۰۹۰

تلفن: ۸۵۷۳۲۳۸۴-۰۲۱	کمیته مشترک بازرگانی ایران و لبنان
دبیر اجرایی: احمد حاتمزاده	رئیس: ابوالفضل روغنی گلپایگانی

حفظ رتبه دوم در سطح ملی از نظر جذب ماده خام و ظرفیت کارخانجات صنایع کشاورزی فارس



فرآوری است. در شرایط موجود میزان کاهش ضایعات واحدهای صنایع کشاورزی موجود بیش از ۷۱۰ هزار تن است. از اهداف دیگر جهاد کشاورزی ایجاد اشتغال دائم است. گفتنی است اشتغال ایجاد شده به طور مستقیم در واحدهای صنعتی استان ۱۱۷۷۹ نفر است.

در برنامه‌ریزی‌های هر ساله، مدیریت صنایع تبدیلی و غذایی برای تهیه برش شهرستانی برای صدور پروانه بهره‌برداری اقدام می‌کند. در این راستا در سال ۱۴۰۱ برنامه‌ریزی‌های انجام شده حاکی از این است که تعداد ۵۶ جواز تأسیس با جذب ماده خام بیش از ۲۰۰ هزار تن مشخص شده است که تا پایان سال این میزان تولیدات کشاورزی به ظرفیت‌های قبلی اضافه خواهد شد. در صورتی که تسهیلات مورد نیاز در زمان مناسب ابلاغ شود، برنامه تدوین شده محقق خواهد شد.

شایان ذکر است، در سال ۱۴۰۰ تعداد ۵۹ پروانه بهره‌برداری صادر که ۱۹ فقره پروانه بهره‌برداری با موضوع فعالیت سردخانه با ظرفیت ۲۴۶۳۰ تن، ۱۵ پروانه بهره‌برداری بسته‌بندی مواد غذایی با جذب ماده خام ۱۶۲۳۰ تن، شش پروانه بهره‌برداری فرآوری و بسته‌بندی گیاهان دارویی با جذب ماده خام ۲۱۸۰۲ تن و ۱۹ فقره پروانه بهره‌برداری با جذب ماده خام سایر صنایع ۱۳۲۳۸۴ تن صادر شده است. با این تعداد پروانه بهره‌برداری بیش از ۱۹۵ هزار تن ماده خام به پروسه صنعت غذا اضافه شده است. کاهش ضایعات حدود ۴۳۷۰۰ بوده؛ همچنین اشتغالزایی ایجاد شده در سال قبل ۵۸۱ نفر بوده است.

گردآوری: لبلا حقیقت

معاون مدیریت صنایع تبدیلی و غذایی سازمان جهاد کشاورزی فارس

بدون شک ایجاد صنایع تبدیلی، یکی از راه‌های ارتباطی مفید بین بخش صنعت و کشاورزی است. از مزایای صنعت کشاورزی اینکه از میزان بیکاری‌های دائمی و فصلی در مناطق روستایی کاسته و همچنین زمینه مناسب جهت توسعه بخش کشاورزی را فراهم می‌آورد و با توسعه صنعت غذا و افزایش تولیدات، بهره‌وری، ایجاد فرصت‌های شغلی، تأمین نیازهای اساسی، پیوند با دیگر بخش‌های اقتصادی اتفاق خواهد افتاد؛ بنابراین این صنایع کشاورزی می‌تواند پیش‌نیاز استراتژی صنعتی شدن بخش کشاورزی و تأمین‌کننده امنیت غذایی در کشور باشد. صنایع غذایی بیش از ۵۸ درصد صنایع تبدیلی و تکمیلی مربوط به بخش کشاورزی را تشکیل می‌دهد و با توجه به آثار مستقیم و غیرمستقیم این صنایع از نظر تولید و اشتغال که در بخش کشاورزی بر جای می‌گذارد، موجب رشد و شکوفایی در سطح کلان اقتصاد نیز می‌شود. اهمیت صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی را زمانی می‌توان بیشتر دریافت که آمار نشان می‌دهد. بعد از صنایع سنگین، صنایع غذایی از نظر وسعت و گستردگی، دومین مقام را در جهان داراست. اهمیت صنایع به لحاظ ایجاد صنایع غذایی استراتژیک، غلات، قند، لبنیات و روغن نیز در خور توجه است. در ضمن با توجه به میزان ارزش افزوده در این صنایع که با ارزش افزوده در صنایع پتروشیمی برابری دارد، با جایگزینی صدور این محصولات به جای صدور قسمتی از نفت، می‌توان از تکیه اقتصاد به صنعت نفت و هدایت به سمت صنایع غذایی به شکوفایی اقتصادی نزدیک‌تر شد. در اقتصاد کشاورزی معاصر، صنایع تبدیلی، عامل مهمی در فرآوری محصولات کشاورزی است که از یک سو، ارزش افزوده محصولات اولیه بخش را ارتقا می‌دهد و از سوی دیگر محصولاتی به بازار ارائه می‌کند که با استفاده از تکنولوژی مدرن به دست آمده‌اند.

استان فارس با دارا بودن قابل توجه تولیدات کشاورزی می‌تواند جایگاه بسیار مهمی در بخش صنعت غذا داشته باشد. در حال حاضر استان رتبه دوم را از نظر ایجاد ظرفیت و جذب ماده خام در سطح ملی داراست؛ ولی با توجه به وضعیت تولیدات می‌تواند همچنان این رتبه را حفظ کند و از نظر اقتصادی نیز کمک بزرگی به درآمد‌های غیرنفتی برای کشور باشد.

در حال حاضر استان فارس ۸۹۸ واحد به تولید سبدهای صنایع کشاورزی دارد؛ این تعداد واحد صنعتی، سالانه بالغ بر ۵ میلیون و ۳۶۵ هزار تن ماده خام را جذب و فرآوری می‌کند.

یکی از رسالت‌های مهم جهاد کشاورزی، کاهش ضایعات محصولات تولیدی است. مهم‌ترین راه حل کاهش ضایعات قرار گرفتن محصولات تولیدی در فرایند بسته‌بندی و

بررسی شهرستان داراب



مقدمه

شهرستان داراب با ۶/۵۴۰ کیلومتر مربع وسعت یکی از شهرستان‌های گرمسیری فارس بوده که در جنوب شرقی این استان واقع شده است. شهرستان داراب با دارا بودن اراضی وسیع و حاصلخیز و شرایط متنوع آب‌وهوایی انواع محصولات کشاورزی اعم از گرمسیری مانند خرما، نیمه گرمسیری مانند مرکبات، سردسیری نظیر گردو و... تولید می‌کند. کل اراضی زیر کشت محصولات زراعی و باغی این شهرستان ۷۹۰۰۰ هکتار و وسعت اراضی و باغ‌های دیم آن ۲۶۰۰۰ هکتار است. محصولات عمده زراعی این شهرستان شامل گندم، پنبه، ذرت، جو و... و محصولات عمده باغی آبی انواع مرکبات، خرما، انار، زیتون و درختان سیاه‌ریشه و... است. همچنین این شهرستان بیش از ۷۳۰۰۰۰ رأس دام سبک و ۱۹۰۰۰ رأس دام سنگین (گاو و گوساله و شتر)، ۷۶۰۰۰۰ قطعه نیمچه گوشتی در هر دوره پرورش و تعداد ۳۹۰۰۰ کلنی زنبور عسل و ۲۰۰۰۰ قطعه ماهی در استخرهای ذخیره آب کشاورزی دارد و فراورده‌های دامی آن شامل گوشت قرمز، گوشت مرغ و ماهی، شیر، عسل، تخم‌مرغ، پوست گاو و گوسفند و... است.

شرایط اقلیمی و اکولوژیکی شهرستان داراب

داراب در محدوده جغرافیایی حداقل ۵۴ درجه و ۶ دقیقه و حداکثر ۵۵ درجه و ۲۷ دقیقه طول شرقی، حداقل ۲۸ درجه و یک دقیقه و حداکثر ۲۸ درجه و ۵۷ دقیقه عرض شمالی از شمال به شهرستان‌های نیریز و استهبان، از جنوب به شهرستان‌های لار و زرین‌دشت، از شرق به استان هرمزگان، از

غرب به شهرستان‌های فسا و زرین‌دشت محدود می‌شود. جمعیت ۲۰۱۴۸۹ نفر، وسعت ۶۵۴۰ کیلومتر مربع، ارتفاع از سطح دریا ۱۱۰۰ متر (حداقل ارتفاع ۷۰۰ و حداکثر ۳۲۰۰ متر)، متوسط میزان بارندگی ۲۵۰ میلی‌متر متوسط تبخیر سالیانه ۲۲۰۰ میلی‌متر T حداکثر درجه حرارت ۴۸ درجه سانتی‌گراد و حداقل ۳- درجه سانتی‌گراد است. این شهرستان دارای پنج ناحیه آب‌وهوایی می‌باشد.

باغ‌های دیم شهرستان داراب

وسعت باغ‌های دیم شهرستان داراب ۲۶۰۰۰ هکتار، شامل گل محمدی، انگور، بادام، انجیر و... بوده که در مناطق شمالی و صعب‌العبور کوهستانی واقع شده است. اکثر جمعیت این مناطق که قریب به ۱۹۰۰۰ نفر هستند، باغ‌های دیم دارند و از این طریق امرار معاش می‌کنند. یکی از گیاهانی مهمی که در باغ‌های دیم شهرستان داراب اهمیت زیادی دارد، گل محمدی است.

گل محمدی

گل محمدی با نام علمی *Rosa damascena*، نوعی گل رز است که به صورت درختچه چندساله با شاخه‌های گل‌دهنده خاردار رشد می‌کند و به رنگ صورتی خوش‌رنگ است. محصولات عمده گل محمدی، گلاب، اسانس، گلبرگ و غنچه خشک است که در صنایع دارویی، عطرسازی، فراورده‌های بهداشتی، آرایشی و صنایع غذایی استفاده می‌شود.

فراورده‌های گل محمدی

گلاب: اولین و مهم‌ترین ماده‌ای که از گلبرگ‌های گل محمدی به دست می‌آید، گلاب بوده که دارای انواع گلاب قوی، گلاب غلیظ، گلاب سه برابر است.

اسانس: مایع روغنی شکل بی‌رنگ، زرد یا سبزرنگ است و در دمای ۲۰ درجه سانتی‌گراد منجمد می‌شود.

گل‌های دیم به مراتب اسانس بیشتری در مقایسه با گل‌های آبی دارند و از آن در معطر و خوش طعم ساختن فراورده‌های دارویی، غذایی، آرایشی و عطریات استفاده می‌شود.





هستند. مراکز مهم تولید گل محمدی در داراب، روستاهای لایزنگان، نوایگان، مروارید، شکرویه و ... است. معمولاً ۸۰ درصد گل محمدی داراب به صورت خشک (غنچه و گلبرگ) و ۲۰ درصد مابقی به صورت تر، فرآوری می‌شود. زمان برداشت گل محمدی در داراب، معمولاً از اواسط فروردین تا اواخر خرداد است. در شهرستان داراب شش کارخانه گلاب‌گیری صنعتی و بیش از ۲۵ کارگاه سنتی وجود دارد. محصولات گل محمدی شهرستان داراب، نظیر غنچه خشک، اسانس و ... است که به کشورهای اروپایی، کشورهای حوزه خلیج فارس، چین و ... صادر می‌شود.

گلبرگ و غنچه خشک: اکثر محصولات تولیدی گل محمدی داراب به صورت غنچه خشک است.

جایگاه گل محمدی در شهرستان داراب

شهرستان داراب با داشتن ۵۷۰۰ هکتار گل محمدی دارای بیشترین سطح زیر کشت این محصول در دنیا است. ۵۱۳۰ هکتار از گلستان‌های گل محمدی این شهرستان به صورت دیم و مابقی آن آبی است. گل محمدی داراب از ارتفاع ۱۱۰۰ تا ۲۵۰۰ متری از سطح دریا وجود دارد. طبق بعضی شواهد و فراین به دست آمده، قدمت کاشت گل محمدی در داراب به حدود ۲۰۰ سال می‌رسد. بیش از ۱۰۰۰۰ نفر دارابی به تولید گل محمدی و فرآورده‌های جانبی آن مشغول

شهرستان داراب در یک نگاه

مساحت/کیلومتر مربع	۶۵۹۲	تعداد شهر	۵	سد/ظرفیت/میلیون متر مکعب	۸۲
ارتفاع از سطح دریا/متر	۱۱۰۰	تعداد بخش	۵	تعداد چاه عمیق و نیمه عمیق	۵۹۰۹
سطح اراضی کشاورزی/هکتار	۱۱۲۰۰۰	تعداد دهستان	۱۲	قنوات/رشته	۹۵
سطح زیر کشت/هکتار	۵۰۰۰۰	تعداد آبدی	۶۳۸	چشمه	۱۱۰
جمعیت شهری/نفر	۸۵۰۰۰	اقليم شهرستان	گرم و خشک	تغذیه مصنوعی	۴
جمعیت روستایی/نفر	۱۲۰۰۰	میانگین بارش	۲۴۰		
جمعیت عشایری/نفر	۱۵۰۰	تعداد ادارات تابعه	۵		
تعداد شاغلان کشاورزی/نفر	۲۲۵۰۰	تعداد مراکز خدمات	۵		

سیمای کشاورزی شهرستان داراب در یک نگاه

سطح کل اراضی کشاورزی/هکتار	۱۱۲۰۰۰	مساحت گلخانه‌های فعال/مترمربع	۲۶۸۷۵۰
سطح اراضی آبی/هکتار	۷۲۰۰۰	تولید گوشت قرمز/تن	۵۴۰۰
سطح اراضی بایر-آبش/هکتار	۴۰۰۰۰	تولید گوشت سفید/تن	۶۰۰۰
سطح کل باغ‌های آبی/هکتار	۲۰۷۴۲	تعداد واحدهای صنایع تبدیلی و تکمیلی فعال	۶۳
سطح کل باغ‌های دیم/هکتار	۲۲۷۲۵	تعداد کلنی‌های زنبور عسل	۵۵۰۰۰
سطح کل زراعت آبی/هکتار	۳۰۰۰۰	تعداد تشکل‌های بخش کشاورزی	۲۰
سطح کل زراعت دیم/هکتار	۲۰۰۰		

بررسی شهرستان کازرون

تعداد و مشخصات واحدهای فعال: ۵۴ واحد فعال در زمینه‌های سردخانه، بسته‌بندی خرما، تولید آبمیوه، خوراک دام، طیور و آبزیان و ... به ظرفیت ۲۲۸۸۰۰ تن. **تعداد واحدهای نیمه‌فعال:** سه واحد نیمه‌فعال در زمینه بسته‌بندی حبوبات، فراورده‌های گوشتی و بسته‌بندی خشکبار به ظرفیت ۷۰۰۰ تن. **تعداد واحدهای غیر فعال:** پنج واحد غیر فعال در زمینه‌های بسته‌بندی خرما، برنج کوبی و فرآوری‌های خرما به ظرفیت ۶۰۰ تن که به علت عدم مدیریت مناسب، نبود مواد اولیه و بدهی بانکی راکد هستند. بسیاری از محصولات تولید شده در واحدهای صنایع تبدیلی شهرستان به سایر استان‌های کشور صادر می‌شود. بسیاری از محصولات مثل بسته‌بندی خرما، رطب و آبمیوه به کشورهای عراق، افغانستان، پاکستان، هند و روسیه صادر می‌شود.



معرفی شهرستان

شهرستان کازرون به مرکزیت شهر کازرون مجموعاً دارای وسعت ۳۰۳۷ کیلومتر مربع حدود ۳ درصد کل مساحت استان فارس را به خود اختصاص داده است. از شمال به شهرستان ممسنی، از جنوب به شهرستان فیروزآباد و فراهیند، از شرق به شهرستان شیراز و از غرب به استان بوشهر محدود می‌شود. بر اساس تقسیمات کشوری، این شهرستان دارای ۴ بخش و ۱۳ دهستان است.

وضعیت کشاورزی و تولید محصولات خام کشاورزی در شهرستان

- دارای رتبه استانی در زمینه تولید خرما به میزان ۴۸۰۰۰ تن، گوجه فرنگی ۳۰۰۰۰۰ تن، انار ۶۲۳۲۵ تن و مرکبات ۵۲۸۰۰ تن.
- اهم اولویت‌های کاری سازمانی به شرح زیر است:
- تولید فعالیت‌های زیربنایی از جمله اقدامات آب و خاک؛
- تولید و کشت در محیط‌های کنترل شده؛
- توسعه کشت گیاهان دارویی؛
- توسعه کشت دانه‌های روغنی؛
- توسعه کشت چغندر پاییزه؛
- تولید محصولات سالم و گواهی شده؛
- توسعه زنبورداری؛
- توسعه صنایع کشاورزی؛
- توسعه مکانیزاسیون و ...

توانمندی‌های موجود شهرستان در حوزه صنایع غذایی و تبدیلی

بهترین روش توسعه اشتغال و افزایش درآمدهای غیر کشاورزی، ایجاد و توسعه صنایع تبدیلی، تکمیلی و کشاورزی است. از سوی دیگر ایجاد صنایع تبدیلی و تکمیلی، مؤثرترین راهکار برای کاهش حجم ضایعات کشاورزی به شمار می‌رود.

تعداد و نوع پروانه‌های بهره‌برداری صادر شده

تعداد ۶۳ پروانه بهره‌برداری در زمینه‌های سردخانه، بسته‌بندی حبوبات و خشکبار، خوراک دام، طیور و آبزیان، تولید آبمیوه از کنسانتره، بسته‌بندی خرما، فراورده‌های گوشتی، برنج کوبی و ... به ظرفیت ۲۴۱۸۰۰ تن صادر شده است.

واحدهای تولیدی فعال		
نام بهره‌بردار / شرکت	میزان تولید سالانه	میزان اشتغال
اله کرم رنجکش	۵۰۰	۱۰
شیرانه گستر شهر سبز	۱۱۴۰۰	۵
اله کرم خواجه احمدی	۱۵۰۰	۳
حسن فریدونی	۵۰۰۰	۳
مجتبی قاسمی سیف‌آبادی	۴۰۰۰	۱۰
بهار ۱۱۴ کازرون	۳۸۵۵	۲۶
گل باران کازرون	۶۰۰	۱۲
علیرضا مهرزاده	۵۰۰	۲
شرکت فراورده‌های درختی چنار چشمه	۴۷۰۰	۱۳
عباس رستمی	۷۵۰	۵
شرکت بنام بیکتای شهر سبز	۱۳۰۰	۶
احسان حسینی نژاد	۵۰۰	۵
شعبان رحیمی	۴۰۰	۷
۱۲۱ خشت	۲۴۵۰	۱۵
علیمراد سهرابی	۳۵۰	۵

واحدهای تولیدی نیمه فعال		
میزان اشتغال	میزان تولید سالانه	نام بهره بردار / شرکت
۱۰	۱۰۰۰	سید محمد جواد موسوی
۵	۱۴۰۰	تعاونی درنا نیکان

واحدهای تولیدی غیر فعال		
علت تعطیلی	زمینه فعالیت	نام بهره بردار / شرکت
عدم وجود مواد اولیه (برنج)	برنج سفید شده	علیرضا نظریه
بدهی بانکی	لواشک بهداشتی	شرکت تعاونی نخلستان سبز خشت کبکاب
عدم وجود مواد اولیه (برنج)	برنج پوست گیری شده (با سبوس یا بدون سبوس)	احسان پام
بدهی بانکی		شاوی فارس
فروش دستگاه‌ها و عدم وجود مواد اولیه (ذرت)	بسته بندی خرما	شرکت تعاونی ذرت خشک کنی ۳۵۵ بالاده کازرون
عدم صرفه اقتصادی	تولید انواع سوسیس ۹۰۰ تن تولید انواع کالباس ۶۰۰ تن	درناشکوه
	انواع ماست (هم زده و هم نرده، ساده و طعم دار)	پنیر سازی ۴۰۰۴ بالاده
تغییر طرح	بسته بندی خرما ۱۲۵۰ تن سردخانه زیر صفر ۷۰۰ تن	شرکت بسته بندی خرما فتوت

وضعیت بازار محصولات تولیدی واحدهای صنایع غذایی شهرستان در خارج از کشور (توانمندی‌های صادراتی شهرستان در حوزه صنایع غذایی)

با توجه به مشکلات و روند صادرات، محصولات رطب، خرما و رب گوجه فرنگی معمولاً به صورت غیر مستقیم به کشورهای همجوار خلیج فارس، روسیه، اوکراین و ... صادر می‌شود.

اولویت‌ها و زمینه‌های سرمایه گذاری در حوزه صنایع غذایی شهرستان (قابلیت‌های شهرستان برای توسعه صنایع غذایی)

با عنایت به تولید خرما و رطب در شهرستان، ایجاد واحدهای فرآوری و بسته بندی خرما جزو اولویت‌های این شهرستان است. همچنین با توجه به تولید مرکبات و تولید محصولات گوجه فرنگی و سیب زمینی در کازرون، واحدهای فرآوری مرکبات، سردخانه‌های نگهداری محصولات باغی، واحدهای فرآوری سیب زمینی و گوجه فرنگی نیز از طرح‌های دارای اولویت این شهرستان است.

کمبودها و مشکلات موجود در حوزه صنایع غذایی شهرستان به علاوه راهکارهای برون رفت از آن‌ها مشکل تأمین آب جهت واحدهای صنایع، سود تسهیلات، بازار فروش محصولات، مشکلات صادرات، نیاز به توسعه سرمایه گذاری در بخش کشاورزی و همچنین نیاز به تسهیلات کم بهره جهت سرمایه ایجاد و سرمایه در گردش واحدهای تولیدی

چشم انداز، اهداف و مأموریت عوامل مدیریتی در شهرستان

تشویق و ترغیب سرمایه گذاران جهت ایجاد واحدهای صنایع تبدیلی در شهرستان، توسعه صنایع غذایی در شهرستان با توجه به اینکه صنایع تبدیلی و غذایی نقش مهمی در امنیت غذایی کشور دارد و افزایش واحدهای سردخانه، بسته بندی و فرآوری محصولات کشاورزی را می‌توان به عنوان چشم انداز در این خصوص عنوان کرد.

اهداف کمی

- افزایش واحدهای فرآوری محصولات کشاورزی؛
- افزایش اعتبار جهت واحدهای تولیدی؛
- افزایش سرمایه گذاری در بخش صنایع تبدیلی؛
- کاهش ضایعات محصولات کشاورزی.

۵	۶۰۰	قاسم دشتبان
۱۲	۳۳۰۰	ابوالقاسم کاوسی
۵	۴۵۰	سیدعباس محمدی
۵	۵۰۰	عبدالرضا ساجدی
۵	۲۸۰۰	شهد نخل خشت
۵	۳۰۰	الیاس برومند
۵	۷۰۰	آمنه رحیمی
۳	۴۰۰	جان محمد حبیبی
۵	۱۰۰۰	صدیف نیرومند
۴	۳۰۰۰	پروانه اشرفی
۵	۱۵۰۰	سید عباس محمدی
۶	۱۰۰۰	علی خسروانی
۴	۱۰۰۰	مجید برومند
۱۰	۲۸۰۰	محمد حسین نیک‌ذات
۲۵	۱۵۰۰	محمد حسین نیک‌ذات
۱۵	۴۵۰۰	شرکت تعاونی ۷۲۰ کازرون
۶	۳۰۰۰	قاسم دشتبان
۶	۱۰۰۰	علی صابری
۷	۲۰۰۰	احسان حسینی نژاد
۶	۱۵۰۰	حسین دهقانی
۶	۱۲۰۰	فرزاده‌های نخل خشت
۷	۱۵۰۰	عوض غلامی
۳	۵۰۰	علیرضا برزه
۴	۷۰۰	الیاس برومند
۱۰	۵۰۰	هادی بذرافشان
۷	۵	تولید و پرورش زنبور عسل ملکه چهارهزارو دوپست و پنجاه و پنج کازرون
۸	۱۱۰۰۰	شرکت تعاونی پالیزدان طیور احسان
۵	۵۰۰	فرزانه خدایاری
۶	۱۵۰۰۰	عبدالمحمد شفیعی
۵	۴۰۰	هدایت اسکندری مهرنجانی
۵	۴۰۰	یعقوب محمدی



فیبرهای ویژه

صنایع غذایی

خبر جهانی

قیمت جهانی مواد غذایی به بالاترین حد خود رسید

می‌رود کشت جهانی گندم به دلیل شرایط جوی مساعد در نیمکره شمالی، گسترش یابد، اگرچه هزینه‌های بالای نهاده می‌تواند از گسترش میزان کشت جلوگیری کند. این نهاد زیرمجموعه سازمان ملل پیش بینی خود را از تولید جهانی غلات در سال ۲۰۲۱ به ۲.۷۹۳ میلیارد تن از برآورد قبلی که ۲.۷۹۱ میلیارد تن بود، افزایش داده است. قیمت‌های بالاتر مواد غذایی به افزایش بیشتر تورم منجر شده است زیرا اقتصادها از زمان بهبود نسبی بحران کرونا بهبود پیدا کرده‌اند، فائو هشدار داده که هزینه‌های بالاتر مواد غذایی به دلیل تورم، جمعیت فقیرتر را در کشورهای متکی به واردات در معرض خطر و سو تغذیه قرار می‌دهد.

خبرگزاری مهر - بهمن ۱۴۰۰

لبنیات نیز با افزایش ۲.۴ درصدی، پنجمین افزایش ماهانه متوالی را سپری کرد که بیشترین افزایش در گروه لبنیات مربوط به شیر خشک و کره بدون چربی بود. بر اساس گزارش فائو، شاخص قیمت غلات تنها ۰.۱ درصد افزایش داشت و ذرت در این ماه ۳.۸ درصد افزایش داشت. در این گزارش آمده است که قیمت گوشت در ژانویه افزایش یافت، در حالی که شاخص قیمت شکر نسبت به ماه قبل ۳.۱ درصد کاهش یافته است که تا حدی به دلیل افزایش تولید در کشورهای صادرکننده عمده شکر همچون هند و تایلند بوده است. در همین حال، قیمت جهانی گندم به دلیل برداشت‌های زیاد در استرالیا و آرژانتین ۳.۱ درصد کاهش یافت. فائو می‌گوید: «برای سال ۲۰۲۲، انتظار

گزارش جدید سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد (فائو) نشان می‌دهد که قیمت‌های جهانی مواد غذایی در ماه گذشته به دلیل افزایش قیمت روغن‌های گیاهی و لبنیات افزایش یافت. این تحقیق نشان داد که شاخص قیمت‌ها، با ۱.۱ درصد افزایش، به بالاترین حد خود در سال ۲۰۱۱ نزدیک شده است. فائو می‌گوید که پیامدهای بحران انرژی، کاهش در دسترس بودن صادرات و سایر محدودیت‌های عرضه مواد غذایی، به ویژه کمبود نیروی کار و آب و هوای نامساعد، قیمت‌ها را بالاتر برده است. شاخص روغن‌های گیاهی در ژانویه ۴.۲ درصد نسبت به ماه قبل افزایش یافت. قیمت تمام روغن‌های اصلی افزایش یافت که تا حدی با افزایش قیمت روغن خام حمایت می‌شد. شاخص قیمت

خبر جهانی

بازار ۸.۵ میلیارد دلاری ادویه خشک تا ۲۰۳۱

ادویه و گیاهان خشکی همچون فلفل، پاپریکا، میخک، زیره سبز و سیاه، پونه کوهی، آویشن، دارچین و... بازار جهانی پویا و پررونقی دارد. داده‌های منتشر شده نشان می‌دهد که فروش جهانی ادویه‌های خشک از ۵.۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۰ فراتر رفته است. کارشناسان جهانی می‌گویند انتظار می‌رود صنعت ادویه خشک از ۸.۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۳۱ فراتر رود. پیش بینی می‌شود بازار ادویه و گیاهان خشک در یک دوره ده ساله یعنی از ۲۰۲۱ تا ۲۰۳۱ سالانه به طور متوسط ۴.۶ درصد رشد کند. با شیوع همه‌گیری COVID-19 مصرف در جات مختلف گیاهان خشک و ادویه جات چند برابر افزایش یافته است زیرا ادویه‌هایی مثل سیر و ریحان به عنوان تقویت کننده‌های بالقوه ایمنی در نظر گرفته می‌شوند. سهم کشورهای تأمین کننده آسیایی در بازار جهانی ادویه خشک ۴۵ درصد است. آمریکای شمالی بیش از ۲۵ درصد از سهم بازار ادویه‌های خشک را در اختیار داشته است. از سوی دیگر بازار ادویه‌های خشک در اروپا تحت تأثیر موج مهاجران قرار گرفته است که منجر به گنجاندن تعدادی از ادویه‌ها در غذای اصلی شده است. پیش بینی می‌شود با افزایش روند تمایل به مصرف محصولات ارگانیک، تا ده سال آینده ادویه‌های خشک طبیعی ارگانیک بیش از ۴۰ درصد از سهم بازار را به خود اختصاص دهند.

پایگاه خبری کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران - دی ۱۴۰۰

خبر جهانی

شیوع ویروس کرونا، عامل پایداری بسته بندی مواد غذایی منجمد در جهان

طبق گزارش‌های اصحاب رسانه از سراسر جهان، تقریباً نیمی از مصرف کنندگان در طول همه گیری ویروس کرونا شروع به خرید غذاهای منجمد بیشتری کردند. از هر ده نفر،



هفت نفر بر روی نگهداری انبار غذا در خانه متمرکز هستند. در طول همه‌گیری، ۳۹ درصد از مصرف کنندگان به دنبال محصولات تک نفره یا بسته بندی جداگانه بودند که به همین دلیل از مقادیر بیشتری از مواد بسته بندی استفاده می‌کردند. غذاهای از پیش بسته بندی شده، از جمله انواع منجمد نیز به دلیل نگرانی‌های بهداشتی، فروش بیشتری نسبت به محصولات تازه ذخیره شده در جعبه‌های معمولی داشتند. افزایش خرید مواد غذایی منجمد به تقاضای مصرف کنندگان برای مواد بسته بندی پایدارتر سرعت بخشیده است. بسیاری از تولیدکنندگان و خرده فروشان اخیراً تلاش‌هایی را برای تعویض بسته بندی‌های قدیمی با گزینه‌های قابل باز یافت، قابل استفاده مجدد و کمپوست انجام داده‌اند.

اقتصاد سبز آنلاین - پایگاه اطلاع رسانی صنعت غذا و

کشاورزی ایران - اسفند ۱۴۰۰

خبر ملی

«واحدهای توزیعی مرغ» برای دریافت کد یکتا اقدام کنند

و توزیع کنند. وی با تاکید بر این که پس از پایان دو ماه، شرکت پشتیبانی امور دام کشور به آن دسته از واحدهای صنفی که کد یکتا دریافت نکرده باشند، مرغ منجمد تحویل نخواهد داد، تصریح کرد: از این رو ضروری است این واحدهای صنفی هر چه سریع تر برای دریافت کد یکتا اقدام کنند. یکی از مزیت‌های دریافت کد یکتا، نظارت بر حفظ سلامت و بهداشت مرغ توزیع شده در بازار است.

پایگاه خبری کانون انجمن‌های صنایع غذایی
ایران - دی ۱۴۰۰

منوط به دارا بودن کد یکتا شده است. با این حال تعداد قابل توجهی از واحدهای صنفی به علت عدم آگاهی از قانون جدید سازمان دامپزشکی هنوز کد یکتا دریافت نکرده‌اند. نیک منش افزود: با پیگیری‌های اتاق اصناف ایران و مکاتبه با وزیر جهاد کشاورزی و معاونت بازرگانی داخلی و دبیر کارگروه تنظیم بازار وزارت صمت، هم اکنون الزام واحدهای صنفی توزیع کننده مرغ به دریافت کد یکتا به مدت دو ماه تعلیق شده است. به این ترتیب واحدهای صنفی، طبق روال سابق می‌توانند مرغ منجمد دریافت



معاون بازرسی و نظارت اتاق اصناف ایران گفت: براساس ابلاغیه سازمان دامپزشکی به کشتارگاه‌ها و در راستای ساماندهی بازار مرغ از شبکه تأمین تا توزیع به موجب جلوگیری از کمبود و گرانی مرغ، تحویل مرغ منجمد

خبر ملی

افتتاح بزرگترین کارخانه تولید شیر خشک و کره خاورمیانه با مشارکت بانک کشاورزی

بزرگ‌ترین کارخانه تولید شیر خشک و کره خاورمیانه در نهمین روز از ایام الله دهه مبارک فجر و با حضور محمد مخبر معاون اول رییس‌جمهور، سیدامیر حسین مدنی معاون توسعه روستایی ریاست جمهوری، سیدمرتضی



بختیاری رییس کمیته امداد امام خمینی، منصوری استاندار تهران، روح‌اله خداحمی مدیرعامل بانک کشاورزی و شماری دیگر از مسوولان در شهرستان پیشوا افتتاح شد. واحد تولیدی «شمه شیر» با سرمایه گذاری ۳۶۰۰ میلیارد ریالی در زمینی به مساحت ۶۰ هزار مترمربع و زیربنای ۲۲ هزار و ۷۶۰ مترمربع احداث شده است که ۱۳۵۰ میلیارد ریال آن در قالب تسهیلات بانک کشاورزی تأمین و پرداخت شده و ۷۵۰ میلیارد ریال تسهیلات نیز برای هزینه‌های جاری این طرح مصوب شده است. باراه اندازی این واحد تولیدی که ظرفیت دریافت روزانه ۱۲۰۰ تن و سالانه ۴۰۰ هزار تن شیر خام را دارد زنجیره تأمین و جذب ۳۸۰۰۰ تن مواد خام کشاورزی و بیش از ۷۰۰ مزرعه و دامداری فراهم می‌شود. شایان ذکر است، کارخانه شمه شیر سالانه ۳۵۰۰ تن شیر خشک پر چرب، ۲۶۰۰۰ تن شیر خشک کم چرب، ۷۵۰۰ تن کره پاستوریزه، ۸۱۰۰ تن خامه، ۳۰۰۰ تن شیر تغلیظ شده و ۷۰۰ تن پودر آب پنیر تولید می‌کند و باراه اندازی این کارخانه زمینه اشتغال مستقیم ۳۵۰ نفر فراهم شده است.

اقتصاد غذا - پایگاه خبری کشاورزی و صنایع غذایی ایران - بهمن ۱۴۰۰

خبر ملی

تولید ماهانه شیر خشک از ۱۰ هزار تن فراتر رفت

سیاوش سلیمی، رییس انجمن تولیدکنندگان شیر خشک صنعتی گفت: علی‌رغم کاهش ما به التفاوت صادرات از ۱۶ هزار تومان به ۱۰ هزار تومان، اما صادرات به علت افت نرخ ارز به کندی در حال انجام است. به گفته او، با افزایش تولید شیر خام در نیمه دوم سال و کاهش میزان جذب در کارخانه‌های لبنی، ماهانه بیش از ۱۰ هزار تن شیر خشک تولید می‌شود. وی گفت: طبق روال سال‌های قبل کارخانجات شیر خشک با ترافیک شیر رو به رو هستند که با استمرار این روند تمایلی به تولید ندارند و در نهایت شیرهای دامداران عودت داده می‌شود که این موضوع ضرر هنگفتی به صنعت دامپروری وارد می‌کند. وزیر جهاد کشاورزی در اجرای تصمیمات شورای قیمت گذاری و اتخاذ سیاست‌های حمایتی از محصولات کشاورزی در ۱۴ آذر به ازای صادرات هر کیلو شیر خشک ما به التفاوت ۱۰ هزار تومان و کره ۱۵ هزار تومان را اعلام کرد. به گفته بسیاری از تولیدکنندگان شیر خشک با افزایش قیمت شیر خام در تابستان قرار شد مابه التفاوت حذف شود که متأسفانه این امر محقق نشده و همین امر منجر به کاهش صادرات شیر خشک شده است. طبق آمار اعلامی مسوولان انجمن صنایع شیر خشک، هم اکنون بسیاری از واحدهای تولیدی به سبب عدم صرفه اقتصادی با کاهش ظرفیت کار می‌کنند، چنانچه ما به التفاوت ۱۰ هزار تومانی از صادرات برداشته نشود، صنعت دامپروری با بحران جدی رو به رو می‌شود.

اقتصاد سبز آنلاین -

پایگاه اطلاع رسانی صنعت غذا و کشاورزی ایران - بهمن ۱۴۰۰

خبر استانی

بهره برداری از دو خط تولید محصولات لبنی در شیراز

دو خط تولید کارخانه تولید محصولات لبنی شیراز با حضور استاندار فارس، رییس سازمان صمت استان و جمعی دیگر از مسئولان استانی افتتاح و به بهره برداری رسید. رییس سازمان صمت فارس سه شنبه ۱۰ اسفندماه در آیین افتتاح کارخانه تولید محصولات لبنی رامک شیراز در رابطه با بهره برداری از دو خط تولیدی این مجموعه، عنوان کرد: با اجرایی شدن طرح توسعه و بهره برداری از دو خط تولیدی جدید این کارخانه در زمینه تولید و بسته بندی شیر فراپاستوریزه و محصولات پودری شیر خشک و پودر آب پنیر نیاز مصرفی بخشی از بازار استان و کشور تأمین می شود. او در رابطه با میزان سرمایه گذاری و اشتغالزایی این طرح توسعه، افزود: این طرح توسعه‌ای با اعتباری بالغ بر ۶۰۰ میلیارد ریال زمینه اشتغالزایی ۲۰۰ نفر فراهم شده است که میزان اشتغالزایی این کارخانه ۲۸۰۰ نفر افزایش پیدا کرد. رییس سازمان صمت فارس در رابطه با افزایش ظرفیت تولید در این کارخانه، خاطر نشان کرد: اجرایی شدن گام به گام طرح‌های توسعه واحد تولیدی رامک شیراز منجر به اشتغالزایی در این منطقه محروم و افراد بومی خواهد شد که لازم است موانع موجود این کارخانه جهت افزایش ظرفیت تولید و رونق اقتصادی در استان فارس برداشته شود.

سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس - اسفند ۱۴۰۰

خبر استانی

صنایع تبدیلی و تکمیلی زیتون در زرین دشت راه اندازی می شود

رییس سازمان جهاد کشاورزی استان فارس گفت: احداث صنایع تبدیلی و تکمیلی زیتون در مجاورت بزرگ‌ترین باغ این محصول در شهرستان زرین



دشت در دستور کار قرار دارد. مجتبی دهقان پور در بازدید از باغ زیتون شرکت خورشید بهارلو با بیان این که باغ مذکور یکی از بزرگ‌ترین باغ‌های زیتون در استان فارس و کشور است، تصریح کرد: با احداث کارخانه روغن کشی و فرآوری زیتون ارزش افزوده چندبرابر ایجاد می شود. وی با اشاره به بررسی مسائل و مشکلات باغ زیتون شرکت خورشید بهارلو، ابراز کرد: توسعه سیستم‌های نوین آبیاری در این باغ نیز از دیگر برنامه‌های پیش رو است که مساعدت‌های لازم به منظور رفع مشکل سیستم‌های آبیاری با توجه به مقررات موجود و در حد مقدرات صورت خواهد گرفت. وی از باغ ۶۴۳ هکتاری زیتون و ۷۷ هکتاری مرکبات شرکت خورشید بهارلو، بازدید و مسائل و مشکلات را بررسی کرد.

سازمان جهاد کشاورزی استان فارس - دی ۱۴۰۰

خبر استانی

تشکیل قرارگاه امنیت غذایی از تدابیر حکیمانه دولت است

معاونت سیاسی، امنیتی و اجتماعی استانداری قرار گرفته است، ابراز کرد: امیدواریم با همکاری سازمان صمت، جهاد کشاورزی، بسیج اصناف، اتحادیه اصناف و... این نظارت‌ها به صورت یکپارچه و متحد انجام شود. وی با اشاره به این که بر اساس تصمیمات اتخاذ شده، صدا و سیما استان مباحث آگاهی رسانی، فضای مجازی و رسانه را بر عهده گرفته، بیان کرد: در تلاشیم سامانه‌ای برای هوشمندسازی نظارت‌ها، اعلام قیمت‌ها و ارتباط مردمی در استان فارس راه اندازی کنیم.

سازمان جهاد کشاورزی استان فارس - دی ۱۴۰۰

نیاید، گفت: تشکیل قرارگاه امنیت غذایی در شرایط کنونی از تدابیر حکیمانه دولت است و از پراکنده کاری و تصمیمات متفرق جلوگیری می کند. محمد هادی ایمانیه در نشست قرارگاه امنیت غذایی این استان که با حضور وزیر جهاد کشاورزی به صورت وبیناری برگزار شد با اشاره به این که تأمین مواد غذایی مورد نیاز در معیشت مردم نقش جدی دارد، تصریح کرد: امیدواریم با تشکیل مستمر جلسات این قرارگاه و کنترل و نظارت لازم برای اجرای نتایج این جلسات شاهد تحقق اهداف قرارگاه باشیم. وی با بیان این که بخش نظارتی در قرارگاه امنیت غذایی بر عهده



استاندار فارس با اشاره به این که پراکنده‌گی امور و تفرق تصمیم گیرندگان در امور مختلف موجب می شود نتایج موفقیت آمیزی به دست

تقویم مناسبت‌های غذایی - بهار ۱۴۰۱



۱۵ فروردین

روز جهانی
هویج

۱۵ فروردین

روز جهانی
ویتامین سی

۶ فروردین

روز جهانی
اسفناج

۲ فروردین

روز جهانی
آب

۸ خرداد

روز جهانی
بیسکویت

۷ خرداد

روز جهانی
همبرگر

۳۰ اردیبهشت

روز جهانی
توت‌فرنگی

۲۶ فروردین

روز جهانی
موز

۱۷ خرداد

روز جهانی
ایمنی مواد غذایی

۱۲ خرداد

روز جهانی
مرغ تنوری

۱۱ خرداد

روز جهانی
فیش‌اند‌چیپس

۹ خرداد

روز جهانی
نوشیدنی‌نعنا

۲۷ خرداد

روز ملی جهاد
کشاورزی

۲۶ خرداد

روز جهانی
سبزیجات تازه

۲۲ خرداد

روز جهانی
فلافل

۲۱ خرداد

روز جهانی بلال
کبابی

روز جهانی آب (۱۴۰۱/۰۱/۰۲)

آب، فراوان‌ترین و به جرات مهم‌ترین مایعی است که روی زمین وجود دارد؛ اما نقش آب در زندگی انسان به پدیده‌های زیستی منحصر نمی‌شود. آب بعد از هوا مهم‌ترین ماده مورد نیاز موجودات زنده می‌باشد. آب از منابع مهم محیط زیست است و زندگی و سلامت همه موجودات زنده اعم از انسان‌ها، گیاهان و جانوران به وجود آن بستگی دارد. بیش از سه چهارم کره زمین را آب فرا گرفته اما بیشتر این آب‌ها دارای نمک می‌باشند و تنها یک درصد کل آب‌های موجود، آب شیرین و قابل استفاده می‌باشد. تمامی نیازهای انسان‌ها، گیاهان و جانوران ساکن در خشکی و ۹۰ درصد آب آشامیدنی انسان‌ها از همین مقدار تامین می‌شود. آب ماده‌ای فراوان در کره زمین است. به شکل‌های مختلفی همچون دریا، باران، رودخانه و ... دیده می‌شود. آب در چرخه خود، مرتباً از حالتی به حالت دیگر تبدیل می‌شود، اما از بین نمی‌رود. وجود هر گونه حیات محتاج آب می‌باشد. انسان‌ها از آب آشامیدنی استفاده می‌کنند، یعنی آبی که کیفیت آن مناسب سوخت و ساز بدن باشد. آب در بیشتر فرایندهای متابولیسمی بدن، نقش حیاتی دارد. هنگام گوارش غذا، مقادیر قابل توجهی آب مورد استفاده قرار می‌گیرد. تقریباً ۷۰ درصد وزن بدن را آب تشکیل می‌دهد. بدن برای عملکرد درست، روزانه به ۱ تا ۷ لیتر آب نیاز دارد البته این میزان آب به مقدار فعالیت بدن، دمای هوا، رطوبت و دیگر عوامل بستگی دارد.



روز جهانی اسفناج (۱۴۰۱/۰۱/۰۶)



اسفناج را می‌توان یک سبزی همه فن حریف نامید. خواص اسفناج برای اعضای داخلی بدن و سلامت و زیبایی پوست و لاغری در کنار درمان بیماری‌های مختلف بخشی از دنیای خاصیت اسفناج است. اسفناج عموماً به عنوان «سوپر خوراکی» در نظر گرفته می‌شود. اسفناج انواع مختلفی دارد که شکل و سایز برگ آن‌ها متفاوت است و تک‌تک این برگ‌ها سرشار از ویتامین‌ها و مواد معدنی هستند که برای بدن فوق‌العاده مفیدند. این سبزی برگ‌دار با رنگ تیره معمولاً به شکل یک گل‌هم ظاهر می‌شود. جالب است بدانید که اسفناج یک روز جهانی مختص خود دارد و سال‌هاست در کشورهای مختلف جهان روز ۲۶ مارس را به دلیل وجود چنین سبزی خوشمزه‌ای جشن می‌گیرند. اسفناج منبعی عالی از ویتامین E، K، A و ویتامین‌های گروه B است. همچنین حاوی فیبر رژیمی می‌باشد. اسفناج همچنین غنی از ویتامین C است که دارای خواص آنتی‌اکسیدانی می‌باشد و محافظت خوبی را در برابر بیماری‌های عفونی ایجاد می‌کند. همچنین رادیکال‌های آزاد که عامل بیماری هستند را کاهش می‌دهد. گیاه اسفناج همچنین حاوی ترکیبات معدنی مثل پتاسیم، منگنز، منیزیم، مس، کلسیم و زینک می‌باشد. پتاسیم از قلب محافظت می‌کند و منگنز و مس دارای خواص آنتی‌اکسیدانی می‌باشند و بدن را در مقابل بیماری‌ها مقاوم می‌کنند. همچنین سلول‌های خونی قرمز تولید می‌کنند و زینک به رشد و همچنین تولید اسید برای گوارش بهتر کمک خواهد کرد.

روز جهانی ویتامین سی (۱۴۰۱/۰۱/۱۵)

روز جهانی ویتامین C ایجاد شده است تا روش‌های مختلفی که ویتامین C می‌تواند برای سلامتی ما مفید باشد یاد بگیریم. از ویتامین C به عنوان اسکوربات و اسید اسکوربیک نیز یاد می‌شود. ویتامین C یک ویتامین محلول در آب می‌باشد و بدن ما نمی‌تواند به خودی خود این ویتامین را تولید کند و باید با مصرف مواد غذایی و داروهای مکمل این ویتامین را به بدن برسانیم. ویتامین C در محصولاتی همچون مرکباتی مانند پرتقال، نارنگی، لیمو شیرین و لیمو ترش، خانواده کلم‌ها، طالبی و خربزه و گرمک، انواع فلفل ریز و دلمه‌ای، آناناس، سیب زمینی، گوجه فرنگی، توت فرنگی، شلغم، کدو حلوا، انبه و سبزیجاتی مانند جعفری، شاهی، پیازچه، ریحان و گشنیز، وجود دارد. ویتامین C به دلیل کمک به درمان سرماخوردگی به طور گسترده‌ای شناخته شده است. با این حال، فواید زیادی نیز وجود دارد که با این ویتامین قدرتمند مرتبط هستند. به عنوان مثال می‌توانید فشار خون خود را با بالا بردن میزان جذب ویتامین C کاهش دهید. ویتامین C همچنین از نظر کمک به حفظ سلامت پوست، مفید است. دلیل آن این است که از پوست در برابر آسیب اکسیداتیو که در نتیجه قرار گرفتن روزانه در معرض آلودگی، گرما و نور ایجاد می‌شود، محافظت می‌کند. ویتامین C علاوه بر قابل مصرف بودن، می‌تواند روی پوست شما نیز استفاده شود. معمولاً اضافه این ویتامین از راه ادرار دفع می‌شود اما مصرف خیلی زیاد آن باعث تکرر ادرار، سنگ کلیه و اسهال می‌شود.



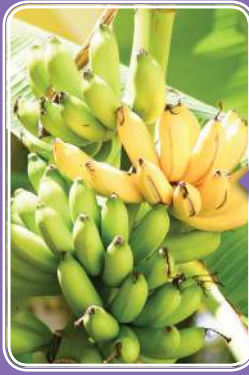
روز جهانی هویج (۱۴۰۱/۰۱/۱۵)



هویج دارای فواید زیادی برای سلامتی بدن می‌باشد. هویج از خانواده چتریان است که در این خانواده گیاهانی مانند جعفری، شقاق و شویب یافت می‌شود. هویج دارای برگ سبز بوده و ریشه بلندی دارد. هویج کوچک، ترد می‌باشد ولی طعم جالبی ندارد. حدود پنج هزار سال پیش از هویج استفاده می‌شده است، در آن زمان هویج به رنگ‌های سیاه، قرمز، زرد و سفید یافت می‌شده و تنها به رنگ نارنجی نبوده است. جالب است بدانید هویج برای اولین بار در افغانستان کشت شده است. کسانی که هویج میل می‌کنند دارای هوش بالاتری نسبت به سایرین هستند. خیلی از خواص هویج را می‌توان با آب هویج به بدن تزریق کرد. برای درمان بسیاری از بیماری‌ها آب هویج توصیه شده است. هویج را می‌توان به صورت خام و پخته استفاده نمود. از هویج می‌توان در سوپ استفاده نمود. هویج کم‌کالری بوده ولی پر از انرژی برای بدن می‌باشد. هویج دارای کاروتنوئید می‌باشد که باعث می‌شود برای کنترل قند خون موثر باشد. کومارین موجود در هویج نیز به کاهش فشار خون بالا و حفظ سلامت قلب شما کمک می‌کند. هویج دارای طعم خوبی بوده و تحقیقات نشان داده که هویج خام دارای مقادیر بالای بتا کاروتن، آلفا کاروتن و لوتئین می‌باشد که کلسترول بالایی خون را کاهش داده و خطر بیماری‌های قلبی، حمله قلبی و سکته قلبی را کاهش می‌دهد. همچنین دارای آنتی‌اکسیدان‌های زیاد برای سلامت چشم، پوست و گوارش می‌باشد.

روز جهانی موز (۱۴۰۱/۰۱/۲۶)

موز از چهار هزار سال قبل در هندوستان کشت می‌شود. درخت موز در کناره جنگل رشد می‌کند از این رو بیشتر در برابر خطر تغییر اقلیم، آتش‌سوزی و تخریب جنگل قرار دارد. موز گیاهی علفی می‌باشد. از آن جایی که تنه گیاه موز نسبتاً بلند و مستقیم و محکم است اشتباهاً به آن «درخت» می‌گویند. در حالی که آن‌ها تنها شاخه‌هایی هستند که پس از دادن میوه، خشک شده و از بین می‌روند. به این ساقه‌ها «ساقه کاذب» می‌گویند. درخت موز مثل درختچه است. موز یک میوه دوست‌داشتنی برای تمام رده‌های سنی می‌باشد. موز میوه‌ای گرم و مرطوب است. در طب سنتی این میوه چاق‌کننده، قابض، دیر هضم، نفاخ و مولد خون غلیظ می‌باشد؛ همچنین ملین سینه بوده و سرفه‌های خشک و مشکلات حلق را درمان می‌کند. مصرف آن برای افراد سرد مرطوبی که در سرزمین‌های رطوبتی زندگی می‌کنند ایجاد کولیت و انسداد عروق می‌کنند. طب سنتی نشان داده است این میوه به صورت ناشتا بسیار مضر است. مصرف آن به همراه شیر باعث تخمیر نادرست شیر شده و ایجاد بخارهای بلغمی معده، خواب‌آلودگی و ضعف حافظه می‌کند. موز حاوی پتاسیم و مواد معدنی دیگری است که به متعادل کردن الکترولیت‌های بدن کمک بسیاری می‌کند. در نتیجه خون‌رسانی و کاهش درد بهتر انجام می‌گردد. مصرف موز سبب می‌شود کلسیم در ادرار دفع نشود و خطر ابتلا به سنگ کلیه کاهش پیدا کند.



روز جهانی توت‌فرنگی (۱۴۰۱/۰۲/۳۰)



توت‌فرنگی یکی از میوه‌های همیشه‌جذاب برای انسان‌ها است. این میوه در طیف وسیعی از خوراکی‌ها مثل شیرینی، بستنی، آبمیوه یا اسموتی سرو می‌شود. طبیعت این میوه مملو از ویتامین C و آنتی‌اکسیدان است. توت‌فرنگی حافظ سلامت بدن در برابر امراض قلبی است و همچنین تاثیر شگرفی بر رشد مو و داشتن پوستی سالم دارد. از فواید توت‌فرنگی می‌توان به چربی‌سوزی، تقویت حافظه (آنتوسیانین می‌تواند حافظه کوتاه مدت را در ۸ هفته، ۱۰۰ درصد افزایش دهد)، تسکین التهاب و کاهش خطر ابتلا به بیماری‌های قلبی نام برد. در کنار آن توت‌فرنگی باعث تسکین التهاب و با دارا بودن پتاسیم و منیزیم باعث سلامت استخوان می‌شود. اگر آلرژی‌ها در حیوانات، گیاهان و انسان‌ها پیدا می‌شود در توت‌فرنگی نیز وجود دارد. زمانی که غلظت آلرژی‌ها در بدن افزایش پیدا می‌کند، کریستالیزه می‌شود و باعث ایجاد بیماری‌ها و مشکلاتی حاد می‌گردد. افرادی که در حال حاضر مشکلات کلیوی و مشکلات مرتبط با کیسه صفرا دارند باید از خوردن توت‌فرنگی اجتناب کنند. تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد که اگر آلرژی‌ها ممکن است با جذب کلسیم در بدن تداخل داشته باشد. توت‌فرنگی را هنگام وعده‌های غذایی مثل صبحانه یا عصرانه با مربا و تارت میوه می‌توانید تجربه کنید. اسموتی توت‌فرنگی هم در تابستان و همچنین یک ساعت قبل یا بعد از ورزش یکی از بهترین نوشیدنی‌ها است. اکثر افرادی که رشد موی خوبی دارند عاشق توت‌فرنگی هستند.

روز جهانی همبرگر (۱۴۰۱/۰۳/۰۷)

همبرگر یکی از محبوب‌ترین ساندویچ‌ها و غذاهای فست‌فودی در جهان است که به نام‌های بیف‌برگر یا تنها برگر هم شهرت دارد و از یک تکه گوشت چرخ‌کرده که درون یک نان گرد قرار گرفته تشکیل می‌شود. روز جهانی برگر توسط شخصی به نام آقای هاید ایجاد شد. امروزه طرفداران واقعی این غذا یا ساندویچ خوشمزه، این روز را جشن می‌گیرند. البته اگر گیاهخوار هستید، نگران نباشید باز هم می‌توانید این روز را جشن بگیرید زیرا انواع همبرگرهای گیاهی هم موجود هستند. خوردن برگرها برای بسیاری از ما به معنی خوشبختی واقعی هستند؛ شما می‌توانید همبرگر خود را با پیاز و یا سس کبابی تزئین کنید و با اضافه کردن پنیر نیز از آن لذت‌دوچندان ببرید. اگر چه اولین برگرها از گوشت قرمز بوده اما اینک این غذای خوشمزه با گوشت سفید نیز تهیه می‌شود. معمولاً هنگامی که از همبرگر سخن گفته می‌شود ذهن انسان به سراغ فست‌فودها می‌رود؛ اما خوبی همبرگر آن است که شما حتی می‌توانید لذت خوردن یک برگر رویایی دستپخت خود را در خانه تجربه کنید. روز برگر فرصتی برای شما است که از این گنجینه خوشمزه بیشتر از قبل لذت ببرید. گفته می‌شود همبرگر دارای سطح بالایی از شیرین‌کننده ذرت با فروکتوز و سدیم است که هر دو اعتیادآور هستند که البته این ادعا از آزمایش محدود روی موش‌ها مطرح شده و به همین دلیل هنوز نمی‌توان صحت آن را روی نمونه‌های انسانی تایید کرد.



روز جهانی بیسکویت (۱۴۰۱/۰۳/۰۸)



بیسکویت نوعی ماده غذایی است که از مواد و افزودنی‌های مختلفی تشکیل شده و در انواع و مدل‌های مختلفی موجود است. بیسکویت برای کودکان خوراکی مناسب و خوشمزه‌ای بوده که مادران در طول روز می‌توانند به عنوان یک ماده غذایی مفید به فرزندان خود بدهند. بیسکویت به علت دارا بودن آرد به ویژه اگر با آرد سبوس دار درست شده باشد ارزش تغذیه‌ای بالایی دارد. آرد در واقع منبع سرشاری از پروتئین، ویتامین‌های گروه B، کربوهیدرات و املاح همچون آهن می‌باشد. البته ارزش غذایی بیسکویت کامل نمی‌باشد ولی در کل می‌تواند میان وعده‌ای مناسب برای کودکان باشد. بیسکویت از آن دسته خوراکی‌هاست که یک روز جهانی به آن اختصاص پیدا کرده است. روز جهانی بیسکویت هر سال در ۲۹ ماه می با برگزاری برنامه‌های مختلف به ویژه از سوی بزرگ‌ترین و قدیمی‌ترین تولیدکننده‌های بیسکویت گرمی داشته می‌شود. این خوراکی پیش از رسیدن به جایگاه اولیه امروزی، یک غذای تاثیرگذار در سفرهای دریایی و دوران محدودیت مواد اولیه در تاریخ و اشاره‌ای به تاریخچه بیسکویت بوده است. شاید عجیب باشد که بدانید همان قدر که شما در حال حاضر به بیسکویت که معروف‌ترین خوراکی در جهان است علاقه دارید، صدها سال قبل ویلیام شکسپیر هم آن قدر این خوراکی را دوست داشته که در نمایشنامه خود وارد کرده است. پس اگر شما علاقه زیادی به این خوراکی محبوب دارید، بدانید که با هزاران نفر در جهان بر سر مصرف سالیانه هزاران بیسکویت اشتراک دارید.

روز جهانی نوشیدنی نعنا (۱۴۰۱/۰۳/۰۹)

نعنا گیاهی است که طبع گرم و خشک داشته و دارای خواص فراوان دارویی است. مصرف آن به اشکال مختلف از جمله تازه، خشک شده، دم نوش، اسانس، دم کرده، پودر و ... امکان پذیر است. با گرم شدن هوا بیشتر ما به دنبال نوشیدنی های سبک و خنکی هستیم که بدون داشتن کالری اضافه، تشنگی ما را برطرف کنند و در عین حال خوشمزه باشند. نوشیدنی های نعنا آنتی اکسیدان هایی دارد که می تواند به عنوان دارویی ضد التهاب مورد استفاده قرار گیرد. این گیاه به نوعی درمان طبیعی برای بیماری های حساسیتی و آلرژی نیز محسوب می شود. نوشیدنی نعنا یکی از نوشیدنی های خنک و مناسب برای فصل تابستان به شمار می رود که می تواند همراه با سایر میوه ها و طعم ها مانند لیمو، ترکیبی افسانه ای خلق کند و لذت یک نوشیدنی خنک تابستانی را دو چندان کند. نوشیدنی لیمو نعنا در میان افراد بسیار محبوب است. یکی از شیوه هایی که می شود از نعنا استفاده کرد تهیه موهیتو لیمو نعنا است. دم نوش نعنا هم خواص زیادی دارد. مهم ترین خاصیت دم نوش نعنا، تاثیر آن بر دردهای دستگاه گوارش شامل درد معده، روده، نفخ، دل پیچه، تهوع و اسهال است. همچنین از این دم نوش برای رفع بوی نامطبوع دهان و پیشگیری از بروز بیماری لته ای استفاده می شود. دم نوش نعنا نیز می تواند برای خانم هایی که مبتلا به اختلال قاعدگی هستند، بسیار مفید باشد. همچنین برای کاهش استرس و خستگی نیز از این دم نوش استفاده می شود.



روز جهانی فیش اند چیپس (۱۴۰۱/۰۳/۱۱)

ماهی و چیپس یا همان فیش اند چیپس، خوراکی است که در اصل از بریتانیا می آید و یک غذای محبوب در فست فودهاست. همان طور که از نامش پیداست از فیله سرخ شده ماهی و سیب زمینی سرخ شده (چیپس) درست می شود. معمولاً این غذا را لای کاغذهای روغنی گذاشته و سرو می کنند و به همراهش پوره نخود فرنگی و سس تارتار می گذارند. در همه فروشگاه ها و رستوران های بریتانیا به راحتی می توان ماهی و چیپس را پیدا کرد. این غذا به شیوه سنتی با ماهی سنگسر درست می شود؛ ولی همه گونه ماهی را می توان به کار برد. ماهی همیشه در خمیر نانویی خوابانده شده و سپس به مدت کوتاهی در روغن فراوان سرخ می شود. در برخی رستوران ها هم ماهی را گریل می کنند که مزه بهتری دارد. بسیاری از کارشناسان تغذیه، خوردن ماهی و چیپس را به صورت هم زمان به بیماران توصیه نمی کنند زیرا دارای میزان بسیار بالایی از چربی است. بیشتر اوقات ماهی و چیپس با نخود و لوبیا، پیاز، خیار ریز شده، کلم بنفش و سس مایونز سرو می شود. در برخی رستوران ها هم از سس های محلی استفاده می شود که به منطقه مورد نظر بستگی دارد. ماهی و چیپس در اصل جز مشاغل کوچک خانوادگی بود که اغلب از «اتاق جلوی» خانه اداره می شدند و در اواخر قرن نوزدهم امری عادی بود. فیش اند چیپس به عنوان غذای ملی انگلستان حتی از مک دونالد هم محبوبیت بسیار بیشتری در این کشور دارد.



روز جهانی مرغ تنوری (۱۴۰۱/۰۳/۱۲)

مرغ تنوری نوعی غذای معروف هندی است که از مرغ، ماست و ادویه جات تهیه شده و در تنور بریان می شود. مرغ را در ماست خوابانده و به آن ادویه تنوری می زنند. این ادویه نسبتاً تند است و در کشورهای غربی از تندی آن کاسته اند. برای آن که رنگ مرغ به قرمز آتشین درآید به آن فلفل هندی یا پودر چیلی می زنند. اگر بخواهند که مرغ نارنجی رنگ گردد به آن مقدار زیادی زردچوبه اضافه می کنند. همچنین در برخی انواع امروزی این خوراک از رنگ های خوراکی زرد و قرمز برای رنگ بخشیدن به آن استفاده می کنند. مرغ تنوری را به طور سنتی در دمای بسیار بالا بر روی آتش مستقیم و در داخل تنور ساخته شده از آجر و خاک رس می پزند اما می توان آن را بر روی کباب پز نیز بریان نمود. مرغ تنوری یکی از غذاهای خوشمزه و مورد علاقه کودکان می باشد. این غذا به دلیل شکل ظاهری که دارد اشتها را بچه ها را می تواند تحریک کند و آن ها را به خوردن غذا تشویق کند. مرغ تنوری به دلیل این که در فر درست می شود دیگر احتیاج ندارد مرغ ها را سرخ کنید و به همین دلیل سریع قابل تهیه است همچنین در این غذا از روغن کمی استفاده می کنید؛ به همین دلیل به عنوان یک غذای سالم شناخته می شود. مرغ نیز به دلیل این که از خانواده گوشت سفید می باشد دارای پروتئین فراوانی می باشد و برای بدن مفید است.



روز جهانی ایمنی مواد غذایی (۱۴۰۱/۰۳/۱۷)

۱۷ ژوئن برابر با ۱۷ خرداد، روز جهانی ایمنی غذاست. هدف از این گرامیداشت، جلب توجه همگانی و انگیزه انجام اقداماتی مانند جلوگیری، شناسایی و مدیریت خطرات ناشی از غذا، کمک به امنیت غذایی، سلامت انسان، رونق و شکوفایی اقتصادی، کشاورزی، دسترسی به بازار، گردشگری و توسعه پایدار است. موضوع سال ۲۰۲۲ روز جهانی ایمنی غذا، «غذای ایمن تر، سلامتی بیشتر» می باشد که تاکید می کند دسترسی به غذای ایمن برای سلامت و رفاه مردم، حیوانات و محیط زیست ضروری است. تغذیه عامل مهمی در حفظ و ارتقا سلامت در تمام طول دوران زندگی است. تغذیه و امنیت غذایی ارتباط تنگاتنگی دارند. غذای نامن یک چرخه معیوب از بیماری و سو تغذیه ایجاد می کند، به ویژه نوزادان، کودکان خردسال، سالمخوردگان و بیماران را تحت تاثیر قرار می دهد. روز جهانی ایمنی غذا راهی مهم برای آگاهی از مسایل ایمنی غذا، نشان دادن نحوه پیشگیری از بیماری ها از طریق ایمنی مواد غذایی، ارائه رویکردهای مشترک برای بهبود ایمنی مواد غذایی در بخش های مختلف و به کارگیری راه حل ها و روش های ایمن تر بودن غذاست. ایمنی غذا به همه مربوط می شود و مسئولیت مشترک بین دولت ها، تولید کنندگان و مصرف کنندگان است. همه ما از مزرعه تا بشقاب، نقش داریم تا اطمینان حاصل شود که غذایی که مصرف می کنیم به سلامتی ما آسیب نمی رساند. به گفته سازمان بهداشت جهانی، یک زندگی سالم، یک اقتصاد سالم، یک سیاره سالم و یک آینده سالم در گرو یک غذای ایمن و سالم می باشد.



روز جهانی بلال کبابی (۱۴۰۱/۰۳/۲۱)

ذرت یکی از سبزیجات نشاسته‌ای می‌باشد و از جمله منابع اصلی نشاسته در رژیم غذایی می‌باشد. ذرت سرشار از ویتامین B می‌باشد که برای رشد بسیار مفید است. «تیامین» موجود در آن نیز به بهبود اعصاب و سلامت بدن و بهتر شدن عملکرد آن کمک می‌کند. همچنین به دلیل فولیک اسید موجود در آن، برای بدن بسیار مفید است، بنابراین برای خانم‌های باردار نیز بسیار خوب است. ذرت دارای بیش از صدها گونه متفاوت است و به رنگ‌های متنوعی وجود دارد. در حقیقت علاوه بر ذرت زرد و سفید، ذرت به رنگ‌های صورتی، بنفش، آبی، قرمز و مشکی نیز وجود دارد. ذرت یا همان بلال با خواص فراوان در بسیاری از غذاهای ایرانی‌ها جای گرفته است، ذرت را به طریقه‌های مختلف از جمله بلال کبابی می‌توان میل کرد. بلال کبابی را می‌توان با چاشنی‌های متفاوت و لذیذی سرو کرد و از آن لذتی دوچندان برد مثلاً می‌توان بلال کبابی را با سس سویا، کره و سیر یا رب انار، نمک و فلفل سیاه یا کره، نمک و آویشن و ... مزه دار و سرو کرد. ذرت‌های کبابی نسبت به ذرت مکزیکی بسیار سالم‌تر است. بلال نباید بسوزد زیرا خوردن دانه‌های سوخته بلال باعث ورود کربن به بدن و در نهایت با مصرف زیاد آن، فرد را مستعد ابتلا به سرطان‌های کبد و معده می‌کند. بنابراین مصرف بلال به صورت آبپز یا بخارپز شده، به مراتب بهتر از شکل کبابی آن است.



روز جهانی فلافل (۱۴۰۱/۰۳/۲۲)

فلافل یکی از محبوب‌ترین خوراکی‌ها در کشورهای خاورمیانه است که از نخود سرخ شده و ادویه تهیه می‌گردد. برخی مکان‌ها شکل گبری این غذای خوشمزه را به کشورهایمانند فلسطین، مصر و سوریه نسبت می‌دهند. مواد اولیه فلافل در بین کشورهای جهان متفاوت است، اما به طور کلی فلافل از حبوبات درست می‌شود. فلافل انواع مختلفی مثل فلافل نخود، سویا، باقلا و ... دارد. برای درست کردن فلافل همه مواد را با هم چرخ کرده و آن را با نمک و ادویه مخلوط می‌کنند و سرانجام به شکل کره‌هایی در می‌آورند و سرخ می‌کنند و در نهایت آن را با سبزیجات و نان به عنوان یک وعده غذا ارائه می‌دهند. در کشورهای مختلف فلافل اسم‌های متفاوتی دارد مثلاً در مصر به آن «الطعمیه» می‌گویند و در یمن به «باجیه» معروف است. این غذا علاوه بر شهرهای جنوبی ایران مانند اهواز، آبادان و بندرعباس در سایر شهرهای خاورمیانه مانند بیروت، دمشق و بغداد هم بسیار محبوب است. مواد اولیه فلافل کم هزینه است و به سادگی پیدا می‌شود. برای تهیه فلافل به آرد نخودچی، ماش، عدس، سیر و جعفری نیاز دارید. انتخاب ادویه نیز تأثیر زیادی در طعم نهایی فلافل دارد. ادویه‌هایی که به طور معمول برای تهیه فلافل استفاده می‌شود شامل فلفل سیاه، زیره، تخم گشنیز و نمک است. تازه بودن مواد اولیه، نوع ادویه استفاده شده و سسی که در نهایت به فلافل اضافه می‌شود همگی در بهتر شدن طعم این غذا تأثیر دارند.



روز جهانی سبزیجات تازه (۱۴۰۱/۰۳/۲۶)

متخصصان تغذیه بر این باورند که وقتی نوبت به میوه و سبزیجات تازه می‌رسد، اکثر ما به اندازه کافی این مواد مفید برای بدن را مصرف نمی‌کنیم. در روز جهانی سبزیجات تازه سعی کنید تغییری در رژیمتان ایجاد کنید. بسیاری از بیماری‌ها مستقیماً با عادت‌های غذایی در ارتباط است. رژیم غذایی سرشار از میوه‌ها و سبزیجات تازه، غلات و سویا، بهترین گزینه برای طول عمر، سلامتی و زندگی خوب است. سبزیجات را می‌توان از بسیاری جهات طبقه بندی کرد؛ اما در این جا بر اساس شکل و قطعات خوراکی در ۸ نوع اصلی دسته بندی قرار می‌گیرند که شامل سبزیجات برگ دار مثل اسفناج، سبزیجات گل دار مثل انواع کلم، سبزیجات ریشه‌ای مثل هویج، سبزیجات غلاف دار مثل نخود و لوبیا، سبزیجات میوه‌ای مثل گوجه فرنگی و خیار، سبزیجات پیازی مثل پیاز، سبزیجات غده‌ای مثل انواع سیب زمینی و سبزیجات ساقه‌ای مثل کرفس می‌باشد. این گروه دارای انواع ویتامین‌های A، B، C، مواد معدنی مانند پتاسیم، منیزیم و مقدار قابل توجهی فیبر است. امروزه حدوداً یک سوم از مردم جهان با چاقی و مشکلات آن رو به رو هستند، از این رو مصرف مداوم و روزانه سبزیجات و میوه‌ها برای پیشگیری از چاقی، ضروری و اثربخش است. سبزی خوردن یکی از واجب‌ترین مواد خوراکی در وعده‌های غذایی است که برای سلامت بدن به ویژه سلامت دستگاه گوارش ضروری است، پزشکان توصیه اکید دارند که افراد سبزی خوردن را در برنامه غذایی روزانه خود قرار دهند.



روز ملی جهاد کشاورزی (۱۴۰۱/۰۳/۲۷)

یکی از عناصر مهم در به وجود آمدن تمدن‌های بزرگ، کشاورزی بوده است. کشاورزی یکی از قطب‌های اصلی در پیشرفت و توسعه اقتصادی در بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه به شمار می‌رود؛ چرا که علاوه بر استقلال و خودکفایی ملی؛ زمینه اشتغال وسیع، آبادانی و به دنبال آن صادرات را برای یک کشور فراهم می‌کند. پرداختن به امر کشاورزی، ایجاد انگیزه و حمایت از کشاورزان در کشوری مانند ما که دارای نیروی کار جوان و مستعد و همچنین شرایط اقلیمی مناسب برای کشاورزی است؛ می‌تواند در توسعه و آبادانی آن نتیجه بخش باشد و آن را به یکی از کشورهای مهم منطقه و جهان تبدیل نماید. بخش کشاورزی تأمین کننده مهم‌ترین نیاز جامعه به شمار می‌رود. بنابراین در برنامه‌های توسعه و همچنین در تصمیم‌گیری‌های سیستمی و برنامه‌ای باید همواره در راس تمامی برنامه‌ها قرار گیرد. کشور ایران همواره مهد تولید انواع و اقسام محصولات زراعی، باغی، دامی و شیلات و آبزیان بوده است و به دلیل ۴ فصل بودن آن این مزیت و قابلیت تاکنون حفظ شده است که در این راه فقط باید تولیدکنندگان این بخش که همان کشاورزان سختکوش بی‌ادعای باشند حمایت شوند. هدف از تاسیس جهاد کشاورزی رفع محرومیت از روستاهایی که از ساده‌ترین امکانات رفاهی محروم بودند، حرکت به سوی استقلال و خودکفایی کشور با تلاش در جهت بهبود وضع اقتصادی و اجتماعی روستاها و مناطق عشایر نشین از طریق توسعه کشاورزی، دامداری، صنایع روستایی و ... می‌باشد.



شرکت
بهین آزما

BEHIN AZMA SHIRAZ Co.LTD

تولید پایدارکننده‌ها و طعم
دهنده‌های صنایع غذایی

تولید مواد اولیه و یژه

همبرگر و کباب لقمه

سوسیس و کالباس

فرآورده‌های گوشتی

فرآورده‌های خام گوشتی

فرآورده‌های لبنی

غذای آماده و نیمه آماده

انواع اسنک

انواع سس‌های سرد و گرم

نوشیدنی و ژله

Gelimax MaxPro

Food Flavors & Stabilizers

Food Stabilizers



شهرک صنعتی بزرگ شیراز، فاز دو، خیابان علوم، فرعی ۴۱۸

۷۱۵۸۱-۸۷۴۸۹

۰۷۱-۳۷۷۴۵۵۷۲-۵

Behinazma_ir_

www.behinazma.com



Bi Raghیب
Dordaneh

**شرکت بسته بندی مواد غذایی
دردانه بی رقیب**



فارس . شیراز . شهرک صنعتی بزرگ . میدان پژوهش
بلوار پژوهش شمالی . نبش خیابان ۳۰۴ . قطعه ۱ . بلوک ۴
تلفن : ۰۷۱-۳۷۷۴۴۶۰۰-۴ فاکس : ۰۷۱-۳۷۷۴۴۶۰۵
www.dordanehbiraghیب.com biraghیبco@yahoo.com

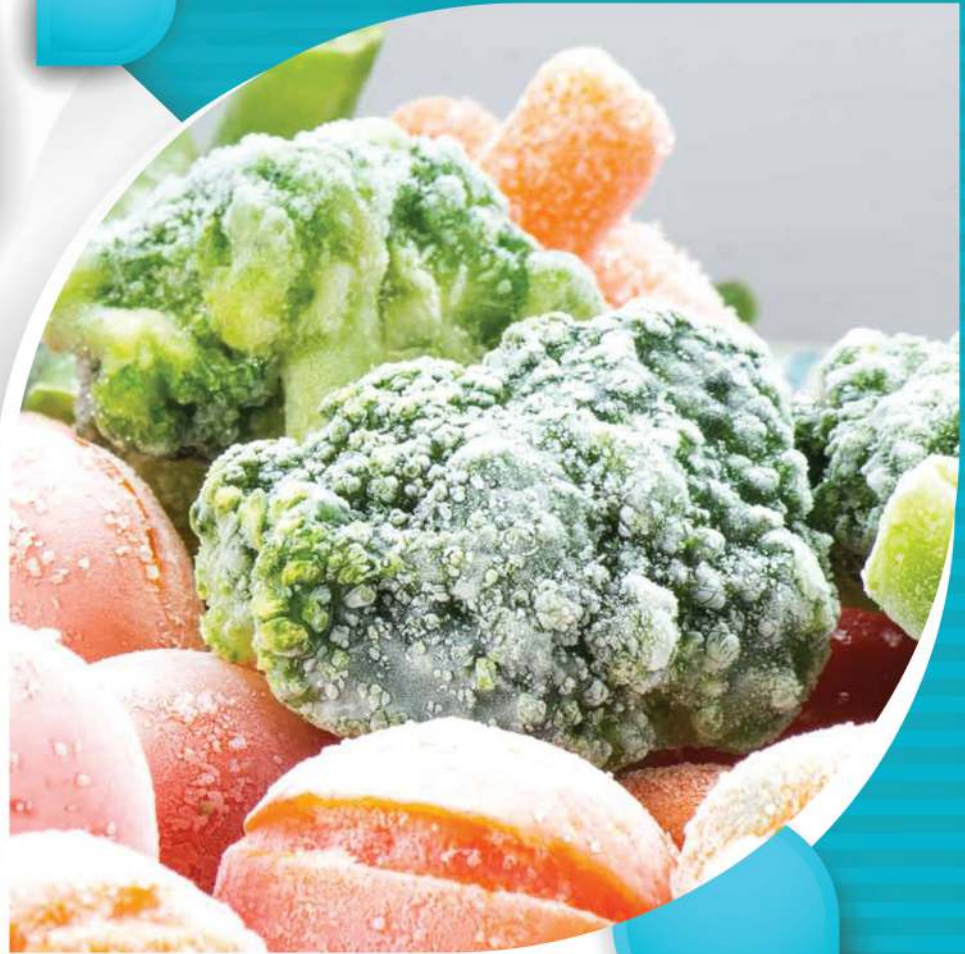


این سردخانه بامرکز شهر فاصله کمی دارد

خدمات شرکت تبرید و نگهداری کالای شیراز

(سردخانه کفترک)

شرکت تبرید و نگهداری کالای شیراز با ظرفیت 6000 تن و از سردخانه های با قدمت و با تجربه در امر خدمات سردخانه ای بالای صفر و زیر صفر، جهت نگهداری انواع میوه، خشکبار، سبزیجات، فراورده های دام و طیور و محصولات کارخانه های صنایع غذایی به منظور افزایش ماندگاری آن و عرضه به موقع آن در بازار مصرف است.



این شرکت جا داشتن :

- اتاق سرد با ظرفیت های متنوع از 300 تن الی 700 تن .
- باکس پالت و پالت های متناسب با نوع بسته بندی و امکانات جانبی نظیر باسکول 60 تنی و لیفتراک
- فضای سرپوشیده که به مشتریان جهت فعالیت هایی چون بسته بندی اختصاص داده می شود
- کارکنان مجرب در تامین شرایط نگهداری کالا
- رعایت کلیه استانداردهای نگهداری
- همکاری همه جانبه با مشتریان دولتی و خصوصی

بالاترین کیفیت خدمات را در سطح سردخانه های استان فارس ارائه می دهد.

آدرس : شیراز. بلوار نصر شرقی. کیلومتر ۱۲ جاده کفترک
همراه: ۰۹۱۷۱۱۷۸۵۳۱ - ۰۹۱۷۹۳۵۲۳۴۶ - ۰۹۱۲۱۳۴۳۸۶۶
تلفن : ۰۷۱ - ۵۸۰۷۳۰۶۴ - ۰۷۱ - ۵۸۰۷۳۰۶۴

سپیددانه

شیراز



نمک زندگی

SEPIDDANEH Shiraz
ZENDEGI SALT



دفتر مرکزی : شیراز . خیابان قصردشت . بعد از سه راه عقیف آباد . ساختمان پرتوی . طبقه ۳ . واحد ۴

تلفن ۰۷۱-۳۶۲۶۷۵۸۹ تلفکس ۰۷۱-۳۶۲۶۴۵۵۹

کارخانه : شیراز . کمربندی سروستان تلفکس ۰۷۱-۳۷۸۴۳۷۲۰ تلفن ۰۷۱۳۷۸۴۲۶۲۰



یکتا کارتن

YEKTA CARTON

تولیدکننده انواع کارتن های ۳ لایه، ۵ لایه و لمینت
تولید انواع شانه های تقم مرغی، لبنیاتی، میوه ای و....



فارس . شیراز . شهرک صنعتی بزرگ . بلوار سازندگی . خیابان ۶۰۵ . سمت راست . واحد پنجم

Shiraz, Great industrial Town, Sazandegi Blvd, 605 St, 5th Unit



09120283969
09177113385



yekta.carton



www.yektakarton.ir

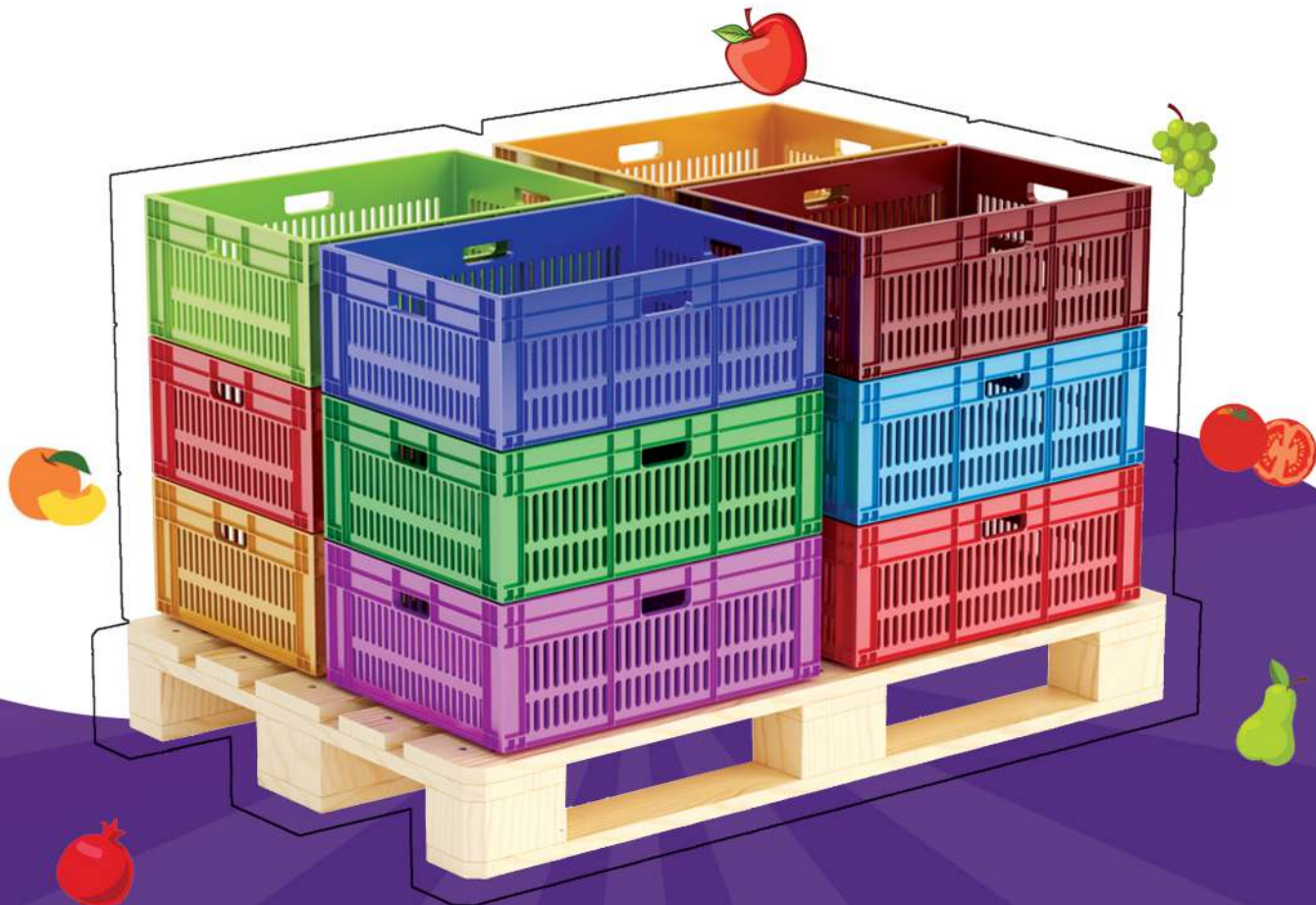
arshia plast fars

فارس

عرشیا پلاست



تولید کننده انواع سبدهای میوه



تولید کننده انواع سبدهای میوه
در سایز و رنگ بندی های متفاوت

خرید و فروش انواع دستگاه های تزریق پلاستیک

✉ KHALILIA79@GAMI.COM



ARSHIPLASTFARSKHALILI



فارس . شیراز . شهرک صنعتی بزرگ . میدان کوشش . بلوار کوشش جنوبی . خیابان ۲۰۱
۰۷۱ - ۳۷۷۴ ۲۶۸۰ / ۰۹۱۲ ۹۵۹ ۳۴۵۵ / ۰۹۰۲ ۳۱۵ ۲۹۸۳ / ۰۹۱۷ ۳۱۵ ۲۹۸۳



شرکت یاشتیل دشت کیان

YASHIL DASHT KIAN COMPANY



فارس . کیلومتر ۷۰ جاده قدیم شیراز-اصفهان

- 📞 ۰۹۱۷ ۱۱۳ ۳۲۴۴
- 📞 ۰۹۱۷ ۷۷۷ ۸۰۴۷
- 📷 mahchin.yashildasht



توحید

Healthy Snack Foods

خشکبار و میوه‌های خشک



دارای تاییدیه از مرکز تایید صلاحیت آلمان DAKS

فروشگاه مرکزی: شیراز، خیابان کارگر،

خیابان شهید ظریفکار، روبروی پارکینگ کارگر

☎ دفتر فروش و پخش: ۰۷۱ ۳۷۳۶ ۰۰۰۰

☎ دفتر مرکزی: ۰۷۱ ۳۷۳۸ ۵۷۹۷

☎ فروشگاه مرکزی: ۰۷۱ ۳۷۳۹ ۹۴۷۳

☎ کارخانه: شیراز، شهرک بزرگ صنعتی،

خیابان پژوهش شمالی، کوچه ۳۰۴

☎ کارخانه و صدای مشتری: ۰۷۱ ۳۷۷۴ ۴۰۸۶

🌐 [khoshkbar-tohid](http://khoshkbar-tohid.com) 🌐 [khoshkbar-tohid](http://khoshkbar-tohid.com)



**Shiraz Osareh nab Manufacturing
and Cultivating Complex**

رضایت، انتخاب با درایت



مجتمع کشت و صنعت عصاره 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



راهکارهای نوین اقامت ، تحصیل ، سرمایه گذاری
خارجی و توسعه کسب و کار در فضای بین المللی
در حوزه صنایع غذایی

گروه بین المللی مانامهاجرت

با برخورداری از تجربه ۲۰ وکیل و مشاور رسمی
۲۰۰ نیروی متخصص و داشتن دفاتر رسمی در ۶ کشور
کشور دنیا، از سال ۱۳۸۰ تا به امروز به هزاران
مترقاضی در امر تحصیل و اقامت کمک نموده است.
ما رویای شما را در کانادا و اروپا به واقعیت تبدیل
خواهیم کرد .



مانامهاجرت همراه شما از پذیرش تا اعزام

mana.mohajerat @ mana.mohajeratstudy

Tehran: 021 - 9101 2100 Shiraz : 071 - 9101 2100