

اقتصاد نمایشگاه

هفته نامه بین المللی - سال سیزدهم - دوره جدید - شماره ۳۸۰ - منته در مهرماه ۱۴۰۰ - توزیع رایگان در نمایشگاه



مهندس یوسف قاضی عسگر
مدیر عامل شرکت «فرخنده»
حفظ نوامان طعم و کیفیت محصولات «فرخنده» در ۶ دهه فعالیت

صفحه ۱۲

پویک کاویانی
مدیر حوزه ریاست شرکت کیک و کلوچه «درنا»
«درنا» معرفی کننده نسل نوین کیک ها است

صفحه ۶

سید هادی مظلومی
مدیر فروش شرکت «ستاک»
تولید محصولات «ستاک» منطبق بر جدیدترین استانداردهای علمی تکنولوژیکی در دنیا

صفحه ۱۲

ایوب فشنگیچی
مدیر عامل شرکت «آرد اطهر»
چشم انداز تولید روزانه ۱۰۰۰ تن انواع آردهای تخصصی در «آرد اطهر»

صفحه ۸

سیزدهمین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات و مواد اولیه بیسکویت
شیرینی و شکلات ایران
برگزار کننده:
شرکت نمایشگاهی ماندگار تجارت
۳۱ شهریور الی ۳ مهرماه ۱۴۰۰

«سیدجواد ساداتی نژاد» وزیر جهاد کشاورزی در مراسم افتتاحیه نمایشگاه های صنایع غذایی

قیمت هر کیلو سبوس تا پایان سال ۱۴۰۰ تومان تثبیت شد
بیستیمین نمایشگاه بین المللی شیرینی و شکلات و سیزدهمین نمایشگاه «آرد و نان» بیست و هشتمین نمایشگاه بین المللی صنایع کشاورزی، مواد غذایی، ماشین آلات و صنایع وابسته «ایران آگروفود ۲۰۲۱» با مشارکت گسترده شرکت های تولیدی، و با حضور مسوولان صنعتی کشور برگزار شد



پيام دكتر حسن زمانى مشاور وزير و رئيس هيئت مديره و مدير عامل شركت سهيلى نمايشگاههاى بين المللى جمهورى اسلامى ايران به مناسبت برگزاري بيست و هشتمين نمايشگاه بين المللى ماشين آلات و مواد اوليه بيسكويت، شيريني و شكلات ايران
زنجيره ارزش افزوده صنعت شيريني و شكلات رشد قابل توجهي داشته است

صفحه ۲

جمشيدمقازى هادى مدير انجمن صنفى صنايع بيسكويت، شيريني و شكلات ايران
استقبال كم نظير شركت ها از بيستيمين نمايشگاه بين المللى شيريني و شكلات

صفحه ۲

على معين مدير نمايشگاه بين المللى آرد و نان
برگزاري نمايشگاه بين المللى صنعت غلات، آرد و نان با ويكرد مانع زدايي و پيشياني از توليدات داخلى

صفحه ۲

بهروز فضل اللهى مدير عامل شركت «ترشى سون»
عرضه محصولات ترشى سون متناسب با سليقه مشتري در بازار داخلى و صادراتى

صفحه ۱۱

فرخنده - سالن خليج فارس	بيستنى فخر - سالن ۶	آرد اطهر	ستاک - سالن خليج فارس	روزبه شکلات - سالن خليج فارس	ترشى سون - سالن خليج فارس	بیسکو لارج	گروه صنعتی آذربایب - سالن ۳۸۸

www.AtharFlour.com

شرکت آرد اطهر
تولید کننده آردهای تخصصی
Producer of Professional Flour

۰۴۱-۳۱۲۱

«سیدجواد ساداتی نژاد» وزیر جهاد کشاورزی در مراسم افتتاحیه نمایشگاه های صنایع غذایی

قیمت هر کیلو سبوس تا پایان سال ۱۴۰۰ تومان تثبیت شد



بین‌المللی تهران برگزار می‌شود.

بیستمین نمایشگاه بین‌المللی شیرینی و شکلات و بیست و هشتمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع کشاورزی، مواد غذایی، ماشین آلات و صنایع وابسته «ایران آگروفود ۲۰۲۱» با حضور صدفی نیارکی معاون امور صنایع وزارت صمت، دکتر زمانی مشاور وزیر صمت، رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران و جمعی از سفیرای کشورهای خارجی افتتاح شد.

از سوی دیگر سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت غلات، آرد و نان با حضور سید جواد ساداتی نژاد وزیر جهاد کشاورزی، دکتر زمانی مشاور وزیر صمت، رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران و جمعی دیگری از مقامات افتتاح شد.

جمشید مغازه‌های دبیر انجمن صنایع بیسکویت، شیرینی و شکلات ایران در گفت و گو با اقتصاد و نمایشگاه

استقبال کم نظیر شرکت‌ها از بیستمین نمایشگاه بین‌المللی شیرینی و شکلات



فی مابین تجار ایرانی و خارجی بوده ایم هرچند در طی یکی دو سال اخیر به دلیل مشکلات کرونا این موضوع کم‌رنگ شده است اما این موضوع موقتی است.

وی تأکید کرد: این صنعت دارای ارزش افزوده بالا، اشتغالزایی فراوان و ارزآوری است در نتیجه گردش مالی مناسبی دارد و همیشه شاهد رونق و رشد قابل توجهی است. مغازه‌ای در پایان با اشاره به چالش‌ها و موانع پیش روی صنعت شیرینی و شکلات تصریح کرد: در حال حاضر این صنعت با دو مشکل اساسی دست و پنجه نرم می‌کند، تهیه مواد اولیه مورد نیاز با کیفیت و قیمت ثابت و مشکل نوسانات ارزی که زمینه رقابت با سایر تولیدکنندگان را در راستای استمرار صادرات و عمل به تعهدات دچار مشکل می‌سازد.

وزیر جهاد کشاورزی درخصوص تولید برنج در کشور هم اظهار داشت: امسال خشکسالی بی‌سابقه‌ای داشتیم در برخی محصولات مانند گندم و برنج بود و در برنج ۱۸ درصد کاهش تولید داشتیم. این میزان کاهش بر بازار عرضه و تقاضا و قیمت اثرگذار است. مشکل و کمبودی در تامین و تدارک برنج خارجی نداریم و شرکت بازرگانی دولتی هم از هفته گذشته که بازار دچار نوسان شد، عرضه خود را شروع کرده و این عرضه ادامه خواهد داشت.

وزیر جهاد کشاورزی اظهارداشت: طبق قانون از ابتدای مرداد تا آخر آبان ماه که فصل برداشت برنج است، برای حمایت از کشاورزان ممنوعیت واردات داریم و واردات در قبل از ممنوعیت و بعد از پایان ممنوعیت انجام می‌شود. تلاش ما این است که در حوزه کالاهای اساسی، بازار به آرامش برسد و از همراهی خوب اتحادیه‌های صنعت طیور با وزارت جهاد کشاورزی تشکر می‌کنم.

ساداتی نژاد در بخش دیگری از سخنان خود افزود: یکی از رویدادهایی که در تمام دنیا، در حوزه های کشاورزی برای معرفی دستاوردهای جدید در این حوزه انجام می‌شود، برپایی نمایشگاه است که در این نمایشگاه‌ها، شرکت‌ها، متقاضیان و بازدیدکنندگان با صنایع و تکنولوژی‌های نوین در بخش کشاورزی آشنا می‌شوند و قدرت انتخاب خواهند داشت. در حاشیه این نمایشگاه‌ها، نخبگان بخش با هم تبادل اطلاعات می‌کنند و می‌تواند در رونق صنایع غذایی موثر باشد.

این نمایشگاه‌ها از امروز چهارشنبه ۳۱ شهریور تا ۳ مهر ماه ۱۴۰۰ با رعایت کامل پروتکل‌های اعلامی ستاد ملی کرونا در محل دائمی نمایشگاه‌های



«سیدجواد ساداتی نژاد» وزیر جهاد کشاورزی در مراسم افتتاحیه نمایشگاه های صنایع غذایی، سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت غلات، آرد و نان که به طور همزمان با بیست و هشتمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع کشاورزی، مواد غذایی، ماشین آلات و صنایع وابسته - ایران آگروفود ۲۰۲۱، بیستمین نمایشگاه شیرینی و شکلات افتتاح شد، با اشاره به مصوبه کارگروه تنظیم بازار برای قیمت سبوس، گفت: قیمت هر کیلوگرم سبوس طبق مصوبه تنظیم بازار تا پایان امسال همان یک هزار و ۴۰۰ تومان باقی می‌ماند.

وی در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی صنایع غذایی تهران، درباره کاهش تولید گندم در کشور در جمع خبرنگاران افزود: امسال به دلیل خشکسالی، تولید گندم طبق پیش‌بینی نبوده به طوری که اکنون بیش از ۴.۵ میلیون تن گندم خریداری شده است و نیاز مازاد بر این میزان، وارد خواهد شد.

صنعت شیرینی و شکلات به عنوان یک صنعت پیشرو ظرف دو دهه اخیر موفق شده است علاوه بر تامین نیازهای بازار داخلی، با صادرات چشمگیر محصولات

و ماشین آلات مرغوب به سایر کشورها توانمندی های خود را به نمایش گذارد از سوی دیگر می توان گفت نمایشگاه شیرینی شکلات باعث ایجاد تحول دو دهه اخیر در این صنعت شده است، این صنعت به مدد همین نمایشگاه توانسته در بازارهای صادراتی حضوری موفق و رو به رشد داشته باشد اگر نمایشگاه شیرینی و شکلات به طور منظم برگزار نمی‌شد، فعالان و بازرگانان خارجی هرگز نمی‌توانستند از ظرفیت و توانمندی های ایران در حوزه تولید شیرینی و شکلات آگاه شوند، هر سال در محل دائمی نمایشگاه های بین‌المللی ج.ا.ایران نمایشگاه شیرینی و شکلات به عنوان یکی از مهمترین و برترین رویدادهای تجاری کشور با حضور فعالان این صنعت برگزار می‌شود، این نمایشگاه که فعالیت خود را در ابتدای دهه هشتاد با ۲ هزار متر مربع آغاز کرد و با رشد چشمگیر خود موفق شد در سال ۹۶ بالغ بر ۴۵ هزار متر مربع نمایشگاهی را تحت پوشش خود قرار دهد. هر چند ظرف دو سال اخیر به دلیل تشدید تحریم ها و همه گیری کرونا این نمایشگاه همانند سایر نمایشگاه ها با مشکلاتی عدیده ای مواجه شده است اما همچنان مورد استقبال فعالان این صنعت قرار می‌گیرد. جمشید مغازه‌های دبیر انجمن صنفی صنایع بیسکویت، شیرینی و شکلات ایران در گفت و گو با اقتصاد و نمایشگاه ها گفت: نمایشگاه بین‌المللی شیرینی و شکلات علیرغم همه مشکلات ناشی از همه گیری



کرونا، استقبال قابل توجهی روبرو شد. رئیس انجمن بیسکویت، شیرینی و شکلات با اشاره به اهداف برگزاری نمایشگاه شیرینی و شکلات گفت: نمایش توانمندی ها و نوآوری های صنعت شیرینی و شکلات به عنوان یک صنعت پیشرو از اهداف اصلی برگزاری این رویداد است.

جمشید مغازه ای در ادامه با بیان اینکه نمایشگاه شیرینی و شکلات جزو ۳ نمایشگاه برتر در کشور است خاطر نشان کرد: نمایشگاه شیرینی و شکلات در سه بخش مختلف مواد اولیه، ماشین آلات و محصولات تولیدی برگزار می‌شود و ما در بخش مواد اولیه از گذشته با انجمن واردکنندگان مواد اولیه، در بخش ماشین آلات با انجمن ماشین سازان و در دیگر زمینه ها از جمله در زمینه برگزاری نمایشگاه با نهادهای متشکل های مرتبط و فعال صنعت نمایشگاهی تعامل داریم.

وی با اشاره به خودکفایی و تولید ماشین آلات و کالاهای جدید صنعت شیرینی و شکلات گفت: در این نمایشگاه قصد داریم از ماشین آلاتی و کالاهایی که پیش از این از کشورهای دیگر وارد می‌شد و امروزه به دست متخصصان و فعالان این صنعت ساخته می‌شود رونمایی کنیم.

وی با تأکید بر رقابتی بودن صنعت شیرینی و شکلات خاطر نشان کرد: بخش اعظمی از این صنعت توسط بخش خصوصی اداره می‌شود و هر ساله نیز شاهد پیشرفت کمی و کیفی در زمینه کالاهای و بسته بندی بوده ایم و تجار کشورهای نظیر روسیه ترکیه، افغانستان و... از محصولات با کیفیت ایرانی استقبال می‌کنند در دوره های گذشته شاهد عقد قراردادهای تجاری زیادی

علی معین مدیر نمایشگاه بین‌المللی آرد و نان

برگزاری نمایشگاه بین‌المللی صنعت غلات، آرد و نان با رویکرد مانع زدایی و پشتیبانی از تولیدات داخلی

یکی از شاخص ترین رویدادهای جهانی نان و آرد محسوب می‌شود خاطر نشان کرد: کمتر شرکتی در دنیا است که این نمایشگاه را نشناسد.

وی تأکید کرد: برگزاری نمایشگاه آرد و نان تأثیر بسزایی در رونق صنعت آرد و نان کشور ایفا می‌کند؛ برگزاری این رویداد دستاورد مهمی محسوب می‌شود و مشارکت کنندگان از برگزاری این نمایشگاه ابراز رضایت کرده اند.

معین افزود: این دوره از نمایشگاه با حضور گروه‌های کالایی نظیر تولیدکنندگان آرد انبارغله و سیلوها، تجهیزات آزمایشگاهی مخمرهای و آنزیم های نانوازی، تولیدکنندگان ماشین آلات، تنورها، اجاق ها و سایر تجهیزات نانوازی، اتحادیه ها، صنایع و سازمان های مربوطه برپا خواهد شد.

وی در پایان با بیان اینکه برگزاری نمایشگاه ها نقش مهمی در ایجاد اشتغال، توسعه صنایع و افزایش صادرات کشور ایفا می‌کند تصریح کرد: هر یک متر مربع فضای نمایشگاهی باعث ایجاد ۵ روز اشتغال برای یک فرد می‌شود و امیدواریم روند برگزاری نمایشگاه ها ادامه پیدا کند.



گذاری در صنعت غلات، آرد و نان، حرکت سازمان یافته در بخش خصوصی در زنجیره تولید و تامین مواد اولیه تولید نان، بستر سازی لازم جهت ارائه حداکثری ظرفیتهای و توانمندیهای شرکت های داخلی در عرصه ماشین آلات صنایع مرتبط با صنعت غلات، آرد و نان، ایجاد بستر تعامل و همکاریهای بیشتر در صنعت آرد و نان کشور و ایجاد بستر صادرات در راستای حمایت از تولیدات داخلی برگزار می‌شود.

معین با بیان اینکه نمایشگاه IBEX

اینکه برگزاری این نمایشگاه در هاله ای از ابهام بود ما با کمک ریزن های اقتصادی از سفارتخانه های کشورهای هدف برای حضور در نمایشگاه دعوت کردیم تا بتوانیم بسترهای صادراتی را برای مشارکت کنندگان داخلی فراهم کنیم.

وی افزود: سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت غلات، آرد و نان اهدافی چون فرهنگ سازی و اصلاح الگوی تولید و مصرف غلات، آرد و نان، افزایش سطح فعالیت های تجاری و سرمایه

علی معین، مدیر عامل گروه تجارت و اطلاعات ITG و همچنین مدیر نمایشگاه بین‌المللی آرد و نان در گفتگو با اقتصاد و نمایشگاه گفت: پس از وقفه ای طولانی به علت همه گیری کرونا، برگزاری نمایشگاه IBEX ۲۰۲۱ نقطه عطفی در صنعت آرد و نان کشور محسوب می‌شود.

مدیر نمایشگاه بین‌المللی آرد و نان افزود: در نمایشگاه امسال نزدیک به ۷۰ شرکت داخلی و دو شرکت از کشورهای آلمان و ترکیه در فضای نمایشگاهی به وسعت ۶ هزار متر مربع از آخرین محصولات، نوآوری ها و دستاوردهای خود رونمایی می‌کنند.

وی تأکید کرد: نمایشگاه بین‌المللی صنعت غلات، آرد و نان با رویکرد مانع زدایی و پشتیبانی از تولیدات داخلی و فراهم کردن بسترهای صادراتی برای مشارکت کنندگان برگزار می‌شود.

معین با اشاره به اینکه تعدادی از سفارت خانه های خارجی از این رویداد بازدید خواهند کرد اظهار داشت: علیرغم

پیام دکتر حسن زمانی مشاور وزیر و رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران به مناسبت برگزاری بیست و هشتمین نمایشگاه بین‌المللی ماشین آلات و مواد اولیه بیسکویت، شیرینی و شکلات ایران

زنجیره ارزش افزوده صنعت شیرینی و شکلات رشد قابل توجهی داشته است



صنایع غذایی به عنوان اساسی ترین نیاز انسان با گسترش تکنولوژی و تولید محصولات نوین تغییرات بسیاری را شاهد بوده است. شرایط کنونی زندگی در جوامع امروزی، بسیاری از عادات های غذایی انسان را تغییر داده و سبب افزایش استفاده از فرآورده های آماده شده است. صنایع غذایی در تعیین الگوی مصرف مردم جامعه و تامین سلامت آن اهرم اصلی محسوب می‌شود، به طوری که این صنعت با رشد چشمگیر در اقتصاد کشور یکی از بزرگترین صنایع فعال در بخش خصوصی کشور به شمار می‌رود. بسیاری از این پیشرفت‌ها به سبب رشد فناوری ها و نوآوری های صنایع مرتبط با شیرینی و شکلات بوده و برخی دیگر به دلیل تغییرات ذایقه و سبک زندگی مردم در کشورهای مختلف بوده است.

صنعت شکلات ایران در چهار دهه اخیر پیشرفت چشمگیری داشته است، اما هنوز از ظرفیت بالایی برای ایجاد اشتغال و بالابردن حجم صادرات غیرنفتی کشور برخوردار است. بخش زیادی از زنجیره ارزش افزوده این صنعت از مواد و ماشین آلات تولید و بسته بندی تا امکانات توزیع و فروش و منابع انسانی در ایران به حد قابل قبولی رسیده است.

نقش نمایشگاه به منظور انتقال دانش و تکنولوژی، بازاریابی و برندسازی بسیار حائز اهمیت می‌باشد و بیستمین نمایشگاه بین‌المللی ماشین آلات و مواد اولیه بیسکویت، شیرینی و شکلات ایران، نیز به عنوان فضایی برای تعامل چند وجهی میان تولیدکنندگان، صاحبان صنایع، شرکت‌های دانش بنیان، متخصصان و مشتریان داخلی و خارجی برگزار می‌گردد.

سیاست شرکت سهامی نمایشگاه بین‌المللی ج.ا.ایران در سال جاری، حمایت هرچه گسترده تر از کلیه فعالان تولیدی، خدماتی و تجاری در کشور است که در نهایت به رونق اقتصادی کشور کمک خواهد کرد.

برپایی بیستمین نمایشگاه بین‌المللی شیرینی و شکلات ایران با توجه به تجربه های قبل، اهداف بازرگانی و تخصصی بیش از پیش مدنظر قرار گرفته و سعی گردیده است با برنامه‌های صحیح و موثر شرایط لازم جهت جذب شرکت‌های کاملاً مرتبط با موضوع نمایشگاه و بازدید منتخضمین این رشته از صنعت فراهم آید. برخی از این اهداف معرفی آخرین دستاوردهای داخلی و خارجی صنعت شیرینی و شکلات و صنایع وابسته، تبادل اطلاعات و فناوری بین شرکت‌های داخلی و خارجی، جذب سرمایه‌گذار، رونق بخشیدن بیشتر به صنعت داخلی و معرفی محصولات نهایی به بازدیدکنندگان می‌باشد. در خاتمه این جانب از تلاش‌هایی که برای برپایی این نمایشگاه صورت گرفته صمیمانه قدردانی نموده و از همه صاحبان صنایع، متخصصان، واحدهای تولیدی و صادراتی که کالا و خدمات خود را عرضه می‌نمایند، سپاسگزاری می‌نمایم.



هفته نامه بین‌المللی نمایشگاه‌های ایران

صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر: بهزاد زرین پور

با همکاری:

روابط عمومی و امور بین‌الملل

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران

دفتر نشریه: خیابان سردار جنگل، بالاتر از میرزا بابایی، قبل از بهار

بن بست فروردین، پلاک ۲۲ تلفن: ۴۶۰۱۱۷۳۳

www.ecobition.ir - چاپ: رواق

Flora

شرکت صنایع غذایی روزبه شکلات
ROOZBEH CHOCOLATE Co.

تولید کننده انواع مواد اولیه قنادی

www.roozbehchocolate.com

[@roozbehchocolate](https://www.instagram.com/roozbehchocolate)

استان البرز، شهرک صنعتی سپهر، بلوار کار آفرینان
خیابان آفرغری، ۴۵۳۳۲۴۵۳ - ۴۶ (خط ۱۵)



دورنا
باعتشوق

دورنا اولین
تولید کننده کیک در ایران

از ۱۳۴۴



NEW! شوکو ویفر با روکش شکلات



NEW! ویفر واندر کاکائویی با کره کاکائو



NEW! شوکو در دارک با روکش شکلات



NEW! کیک لایه ای فامیلی پک ۱۰ عددی



NEW! بار کیک کاکائویی با مغزی و روکش شکلات



NEW! کیک سوفله کاکائویی با مغزی و روکش شکلات



NEW! کیک استونال مغزدار با روکش سفید

محصولات جدید
دورنا
تجربه ای
متفاوت و دلپذیر



NEW! برانی اینتنس با روکش شکلات



پوپک کابویی مدیر حوزه ریاست شرکت کیک و کلوچه «درنا»:
«درنا» معرفی کننده نسل نوین کیک ها است



پایه های نخست گروه صنایع غذایی درنا با تاسیس اولین کارخانه تولید کیک در سال ۱۳۴۴ در میدان امام حسین توسط پدر خانواده حاج میرزا آقا رسولی بنا نهاده شد. اولین نامی که این محصول به خود گرفت کیک رسولی بود. پسران ایشان در ادامه این حرکت و با پشتوانه ای از تجربه و دانش روز، شرکت بیسکولاج را در کیلومتر ۲۸ جاده مخصوص تهران - کرج تاسیس نموده و برند درنا را به خانواده کیک و کلوچه ایران معرفی نمودند. و اینک این مجموعه افتخار دارد که بعنوان واحد نمونه استاندارد معرفی شده است. در سال ۱۳۸۹ گروه صنایع غذایی درنا جهت نیل به اهداف حرفه ای با هدف تامین، توزیع و فروش محصولات با برند درنا، شرکت اریکه درنا را بنا نهادند. نشریه اقتصاد و نمایشگاه به مناسبت برگزاری نمایشگاه شیرینی و شکلات با پوپک کابویی مدیر حوزه ریاست شرکت کیک و کلوچه درنا گفت و گویی انجام داده است که می خوانید:

«ضمن معرفی خود، سوابق اجرایی تان را شرح دهید؟»
اینجانب پوپک کابویی مدیر حوزه ریاست شرکت کیک و کلوچه درنا هستم و بیش از ۲۰ سال سابقه کار در زمینه دارم.
«فعالیت های شرکت بیسکولاج را تشریح کنید؟»
گروه کارخانجات صنایع غذایی درنا با بیش از نیم قرن سابقه تولیدکننده انواع کیک، کلوچه، بیسکویت، شکلات و محصولات پودری مانند پودر کیک، پودر پن کیک فوری، و همچنین بیش از هشتاد نوع محصول در اوزان و طعم های مختلف و مرغوب، به یکی از قطب های این صنعت در خاورمیانه تبدیل است. کارخانه بیسکولاج درنا در مساحتی به وسعت حدود ۱۵۰۰۰ متر مربع با ۱۲ خط تولید کیک و انواع پودر کیک، مشغول به فعالیت می باشد. به ادعای کمپانی مزدک ژاپن به عنوان شرکت سازنده خط تولید پن کیک، گروه صنایع غذایی درنا بهترین کیفیت محصولات تولیدی را نسبت به سایر شرکت های تولید کننده در کشور های دیگر دارا می باشد.
«محصولات شما چه مزیت ها و ویژگی های منحصر به فردی دارد؟»
ویژگی محصولات ما بالا بودن شاخص کیفی و بسته بندی و تنوع

آن است و اینکه درنا همیشه معرفی کننده نسل نوین کیک ها است.
«برای گسترش فعالیت های خود چه برنامه و طرح های توسعه ای در دست اقدام دارید؟»
مهمترین فعالیت درنا ارائه تنوع کالا و محصولات برای طیف مختلف مردم با سلیقه های مختلف است. همچنین به روز بودن تکنولوژی تولید نیز از اهم اهداف درنا است و اینکه در بازارهای صادراتی بتوانیم نماینده شایسته ای برای نام ایران باشیم.
درنا تاکنون موفق به کسب چه افتخارات و دستاوردهایی شده است؟
کسب استانداردهای ملی و بین المللی به عنوان پیشرو در این صنعت و همچنین انتخاب شرکت درنا به عنوان واحد نمونه برتر کیفی در سطح ملی و استانی و واحد منتخب حمایت از مصرف کننده از شاخص ترین افتخارات درنا است.
«در زمینه مشتری مداری چه گام هایی برداشته اید؟»
یکی از مهمترین اصول در شرکت ما متعهد بودن به مشتریان است، بر این اساس توجه به نیازهای مشتریان و تولید محصول با تنوع و کیفیت بالا در راس برنامه های ما قرار دارد، همچنین رسیدگی به شکایات مشتریان طی سالیان متمادی از دیگر اقداماتی بوده است که در این واحد صنعتی به خوبی اجرا می شود.
«فعالیت شما چه نقشی در افزایش اشتغال زایی داشته و چه برنامه ای برای افزایش آن دارید؟»
با طرح توسعه ای که در طی ۲ سال اخیر داشتیم تعداد نفرات شاغل در این مجموعه حدود ۵۰ درصد افزایش داشته و با ادامه یافتن این طرح ها قصد داریم زمینه های لازم را برای فعالیت جوانان و متخصصان فراهم کنیم.
«با چه مشکلاتی مواجه هستید و چه راهکاری ای برای حل آن ها پیشنهاد می کنید؟»
ورود مواد اولیه و مشکلات مربوط به ترخیص کالا و گمرک مهمترین مانع شرکت های تولیدی است که امیدواریم با کمک نهادهای مسئول زمینه های لازم رشد و توسعه فعالیت های تولیدکنندگان کشور فراهم شود.
«در عرصه صادرات چه دستاوردهایی داشته است؟»
با توجه به طرح توسعه ای که داشتیم امکان صادرات برای ما مهیا شد و فصل جدیدی از فروش برای ما در ازبایجان عراق پاکستان و سایر کشورها شکل گرفت.
«چه از زبانی از وضعیت صنعت شیرینی و شکلات ایران دارید؟ برای بهبود این صنعت در ایران چه راهکارهایی را پیشنهاد می کنید؟»
با توجه به تنوع محصول و بسته بندی و بالا بودن کیفیت این گروه از محصولات در صورتیکه امکانات برای تولید کنندگان فراهم نشود علاوه بر اینکه از ورود محصولات خارجی میتواند کم کند (چون تقاضا زیاد نخواهد بود) بلکه امکان معرفی و رقابت این محصولات در بازارهای صادراتی را به راحتی امکان پذیر خواهد کرد.

محبوب خدایی کلوانق مدیرعامل گروه صنعتی آذریاب:
شرکت آذریاب بزرگترین تولید کننده و عرضه کننده ماشین آلات نانوایی در کشور



هم بسیار فعال است. در سالهای اخیر خوشبختانه با دایر شدن نمایندگی فروش شرکت در کشورهای آذربایجان، ارمنستان و ترکیه دستگاههای تولیدی شرکت آذریاب در این کشورها مشتریان خود را به خوبی یافته است. علاوه بر این با کسب استاندارد اروپا (CE) مشکلات مربوط به ارسال و ترخیص محصولات تولیدی شرکت آذریاب در کشورهای اروپایی و غیره مرتفع شده و محصولات شرکت به این کشورها ارسال می شود. در کنار فروش و ارسال محصولات شرکت به کشورهای خارجی، ایرانیان ساکن در آمریکای شمالی، استرالیا، روسیه و حتی آمریکای لاتین مشتریان قابل توجهی هستند که با خرید دستگاههای ما شخصا نسبت به ارسال آن به کشورهای ساکن در آنجا اقدام می کنند.
«آذریاب تاکنون موفق به کسب چه افتخارات و دستاوردهایی شده است؟»
شرکت آذریاب هم اکنون بزرگترین تولید کننده و عرضه کننده ماشین آلات نانوایی در کشور است. این شرکت به عنوان برند اول در صنعت ماشین آلات نانوایی کشور پیشگام است. به جرات می توان گفت که در صنعت ماشین آلات نانوایی هیچ شرکتی به اندازه آذریاب اقتصاد نانوایی را تقویت نکرده است و هیچ شرکتی به اندازه شرکت آذریاب ضایعات نان را کاهش نداده است. با این دستاوردها نان لواش ایرانی که در حال انقراض بود جانی دوباره گرفته است.

دستگاههای و ماشین آلات بخت نان به کشورهای همسایه و دیگر کشورها خوشبختانه با استقبال که کشورهای خارجی و بخصوص کشورهای حوزه تمدن ایران از دستگاههای تولیدی شرکت آذریاب بعمل آورده اند امروزه شرکت آذریاب علاوه بر توزیع در داخل کشور محصولات خود را به کشورهای دیگر صادر می کند.
محصولات شما چه مزیت ها و ویژگی های منحصر به فردی دارد؟ در نمایشگاه امسال از چه محصولاتی رونمایی می کنید؟
مهمترین مزیت دستگاههای تولیدی آذریاب وجود عنصر نوآوری و به صرفه بودن آنها برای نانوایان است زیرا شرکت آذریاب با تحقیق و توسعه سیستماتیک سعی کرده است دستگاههایی اختراع کرده و تولید کند که هزینه های نانوایان را به طور قابل ملاحظه ای کاهش داده و اقتصاد نانوایان را بهبود بخشد. به همین جهت دستگاههای تولیدی این شرکت همواره با استقبال چشمگیر مشتریان عزیز که همان قشر زحمت کش نانوایان هستند واقع می شوند. مزیت بعدی دستگاههای تولیدی شرکت آذریاب کیفیت و ماندگاری این محصولات است که در طول سالهای مورد استفاده به خوبی فعالیت داشته و مورد استفاده واقع می شوند. مزیت دیگر شرکت آذریاب نسبت به سایر شرکتهای رقیب، خدمات رسانی و تامین قطعات گسترده ماشین آلات نانوایی در سراسر کشور است که از طریق شبکه گسترده نمایندگی در سطح کشور انجام می شود. در کنار تمام موارد گفته شده زیبایی و اشغال فضای کمتر از دیگر مزیت های دستگاههای تولیدی شرکت آذریاب می باشد. در نمایشگاه امسال دستگاه کانتر نان و پکیج کامل اتوماسیون نانوایی رونمایی خواهند شد.
در عرصه صادرات چه دستاوردهایی داشته است؟
شرکت آذریاب علاوه بر توجه به تولید و فروش در داخل کشور در عرصه صادرات

شرکت آذریاب به عنوان برنند اول در صنعت ماشین آلات نانوایی در کشور پیشگام است. اقتصاد و نمایشگاه با محبوب خدایی کلوانق مدیرعامل گروه صنعتی آذریاب گفت و گویی انجام داده است که می خوانید:
«لطفاً تاریخچه ای از فعالیت های شرکت آذریاب را برای مخاطبان ما تشریح کنید؟»
از سال ۱۳۸۰ با اختراع و تولید نخستین دستگاه نانوایی مدرن، کار خود را شروع کردیم و با دلگرمی و انگیزه ای که به دلیل استقبال بازار از نخستین اختراع و تولید اینجانب بدست آوردیم توانستیم با اختراع و تولید دستگاههای بیشتر تحت برند «مرمریخت» فعالیت خود در صنعت نان را تداوم بخشیده و نهایتاً در سال ۱۳۹۰ با علامت تجاری ثبت شده «آذریاب» توانستیم به عنوان عرضه کننده پیشگام دستگاههای مدرن نانوایی جایگاه خود را در این صنعت مستحکم کنیم. امروزه شرکت صنایع آذریاب تبریز با علامت تجاری «گروه صنعتی آذریاب» بزرگترین تولیدکننده و عرضه کننده ماشین آلات نانوایی در سطح کشور است.
«فعالیت های شرکت آذریاب را تشریح کنید؟»
امروزه شرکت آذریاب با تمرکز بر صنعت نان و نانوایی مشغول انجام فعالیتهای مختلف در این صنعت است. برخی این فعالیتهای عبارتند از: تحقیق و توسعه محصولات کاملاً بومی برای صنعت نان و نانوایی، بومی سازی و همگام سازی دستگاههای خارجی با ذائقه ایرانی، تولید دستگاههای و ماشین آلات مدرن برای پخت نان ایرانی کاملاً منطبق با ذائقه ایرانیان، توزیع و پخش دستگاههای تولید در سطح کشور، خدمات رسانی و تامین قطعات دستگاههای نانوایی در سطح کشور، مطالعه مداوم بازار برای شناسایی نیازها و خواسته مصرف کنندگان و صادرات

تولید کننده انواع:
لواشک / ترشک / شیره خرما / خمیر خرما
تخمه آفتابگردان / تمرهندی / رب انار

صنایع غذایی ترشی کام مرند (ترشی سون، دو دو تا)
آدرس کارخانه: مرند، شهرک صنعتی مرند، خیابان پنجم
تلفن: ۰۴۱-۴۲ ۲۲ ۱۰ ۸۵
تلفن: ۰۴۱-۴۲ ۲۶ ۲۶ ۳۴

www.torhisevan.com
www.torshikam.com

AZAR YAP
INDUSTRIAL GROUP



گروه صنعتی آذریاپ

تولید کننده دستگاه های مدرن نانوايي
راه اندازی خط تولید کامل نان

- شماره های ثبت اختراع ۸۲۶۶۷ - ۳۰۵۶۷
- دارنده گواهینامه بین المللی ISO 9001
- دارنده گواهینامه بین المللی تخصصی نان ISO 6820
- دارنده پروانه استاندارد ملی ایران به شماره ۶۰۶۲۳۰۰۹۵۵ و ۶۰۷۳۲۹۷۹۷۵
- دارنده گواهینامه انجمن مدیریت ایران
- دارنده گواهینامه CE اروپا
- دارنده گواهینامه بین المللی BS ISO 10004
- دارنده گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان



آدرس کارخانه : آذربایجان شرقی ، شهرستان هریس - شهرک صنعتی زرنق

تلفن : ۰۴۱ - ۴۳۴۴۷۰۰۱ - ۵ | فکس : ۰۴۱ - ۴۳۴۴۷۰۰۶ | شماره تماس : ۰۹۱۴ ۱۳۰ ۸۹۸۲

آدرس دفتر تهران : نعمت آباد، میدان ثارالله، خیابان ورامینی، ضلع شمالغربی میدان مادر

تلفن : ۰۲۱ - ۲۲۷۵ ۸۵ ۹۸ | فکس : ۰۲۱ - ۲۲۷۵ ۸۵ ۹۸ | شماره تماس : ۰۹۱۲ ۹۵۱ ۸۹۸۱

آدرس دفتر تبریز : چهارراه لاله، روبروی پمپ بنزین، جنب بانک حکمت

تلفن : ۰۴۱ - ۳۶۳۷ ۶۵ ۵۹ | فکس : ۰۴۱ - ۳۶۳۷ ۶۵ ۵۹ | شماره تماس : ۰۹۱۴ ۳۳۰ ۱۷ ۵۷

آدرس دفتر گرگان : میدان بسیج ، ضلع شمالی میدان ، نبش کوی افسران سوم

تلفن : ۰۱۷ - ۳۲۴۵ ۲۸ ۴۲ | فکس : ۰۱۷ - ۳۲۴۵ ۲۸ ۴۲ | شماره تماس : ۰۹۱۱ ۲۸۰ ۴۷ ۳۷

آدرس دفتر مشهد: شهرک غرب (قاسم آباد) بلوار فلاحي، نبش فلاحي ۲۲

تلفن : ۰۵۱ - ۳۵۲۱ ۰۹ ۳۳ | فکس : ۰۵۱ - ۳۵۲۱ ۰۹ ۳۳ | شماره تماس : ۰۹۱۵ ۵۵۰ ۳۴ ۷۴

@azaryap_industrial_group

azaryap.industrial.group



تولید کننده نان
رعایت حقوق مصرف کنندگان

Manufacturer of Modern Bakery Machines
Setting up Bread Production Line

WWW.AZARYAP.COM





ایوب فشنجگی مدیرعامل شرکت «آرد اطهر»:

چشم انداز تولید روزانه ۱۰۰۰ تن انواع آردهای تخصصی در «آرد اطهر»

ایوب فشنجگی با اشاره به تاریخچه فعالیت آرد اطهر گفت: آرد اطهر با رویکرد تبدیل شدن به تولید کننده برتر آردهای تخصصی کشور، فعالیت خود را از سال ۱۳۶۹ با ظرفیت روزانه ۸۰ تن در استان آذربایجان شرقی شهرستان بناب آغاز نمود و از همان ابتدا با استقبال بی نظیر مصرف کنندگان به عنوان یکی از موفق ترین کارخانجات در منطقه شناخته شد. در مسیر توسعه با به کارگیری تکنولوژی مدرن و روز، راه اندازی خط دوم و افزایش تولید به ۶۰۰ تن در روز با ایجاد تنوع در تولید محصول، در حال حاضر ۲۹ نوع آرد تخصصی تولید می نماید.

مدیرعامل شرکت آرد اطهر با بیان اینکه چشم انداز شرکت آرد اطهر تولید روزانه ۱۰۰۰ تن انواع آردهای تخصصی است اظهار کرد: در حال حاضر کارخانه با تولید ۲۹ نوع آرد تخصصی در بازار داخلی و بازار خارجی (عراق و افغانستان) محصولات خود را تحت ۴ نام تجاری: آرد اطهر، آرد شیرین اطهر، آرد بشارت، آرد رزقانه را در کیسه های ۲۵ و ۵۰ کیلویی و در بسته بندی های ۱ و ۵ کیلویی به مشتریان عرضه می کند.

وی با تاکید بر تنوع محصولات آرد اطهر خاطر نشان کرد: آرد اطهر در این مسیر رشد و توسعه، علاوه بر متمایز شدن از لحاظ تکنولوژی و حفظ کیفیت برتر محصولات تولیدی خود، بیشتر تلاش خود را در راستای جلب رضایت مشتریان از لحاظ کیفیت متمرکز نموده است. بدین منظور می توان افزایش مداوم ظرفیت تولید در طی سال های گذشته، تنوع سازی محصولات تولیدی و همچنین ایجاد و بهره گیری از بخش تحقیقات (R&D) و بخش ویژه کنترل کیفی و آزمایشگاه مرجع نام برد.

ایوب فشنجگی در پایان خاطر نشان کرد: یکی از بزرگترین دغدغه های مصرف کنندگان صنایع آردی، اطمینان از ثبات کیفیت مواد اولیه مصرفی می باشد که تأثیر مستقیمی بر افزایش ضایعات تولید دارد و شرکت آرد اطهر با افزایش قدرت ذخیره سازی گندم و همچنین با ایجاد سیلوهای گندم مجزا، سعی در جداسازی گندم در ابتدای ورود به کارخانه نموده است تا بتواند آرد تولید خود را به دور از نوسانات کیفی و فصلی، تولید و با حفظ ثبات کیفیت به مشتریان خود تحویل دهد.

ایوب فشنجگی مدیرعامل شرکت «آرد اطهر»

ضرورت حمایت از صادرات آرد به کشورهای همسایه

شوند. چهارمین عامل کاهش صادرات آرد در ارتباط با بحران کرونا ایجاد شده؛ به این معنا که پس از شیوع ویروس کرونا صادرات غلات از روسیه به دلیل محدودیت اعمالی (اردبیشهت تا تیر ماه) صادرات آرد ایران حتی از سوی بزرگترین صادرکننده آرد (مجموعه اطهر) را با کاهش روبرو کرد. به این معنا که در واقع در این بازه زمانی، پروسه اداری حمل گندم روسیه از مبدا ترکیه به سمت ایران به دلیل کرونا از طریق راه دریایی طولانی شده بود و در نهایت با کاهش صادرات مواجه شدیم. در این میان ترکیه این بحران را مدیریت کرد و با توجه به عدم دسترسی به گندم روسیه (ترکیه نیز تنها از طریق عبور موقت اجازه صادرات دارد) طی یک ضمانتنامه بانکی به کارخانه ها اجازه صادرات آرد از محل گندم داخلی را داد تا پس از برطرف شدن محدودیت واردات گندم از روسیه، این حجم گندم را جایگزین کنند لذا ترکیه با این روش جایگاه خود را در بازار عراق ثابت تر کرد.

کاهش ارزش دینار در برابر دلار، صادرات آرد ایران و سایر کشورها را به عراق تحت الشعاع قرار خواهد داد: در حال حاضر دولت عراق پس از کاهش ارزش دینار در برابر دلار، سیاست واضحی برای واردات آرد وضع نکرده است چراکه مسائل عمیق تری در این کشور وجود دارد که شامل تامین بودجه برای پرداخت حقوق کارکنان دولت می شود و همچنین به دلیل توسعه کارخانجات آردسازی عراق مخصوصا در اقلیم کردستان طی یکی دو سال اخیر به نظر می رسد که رفته رفته بازار صادراتی عراق تنگ تر شود و در تولید آرد به خودکفایی نزدیک شوند لذا مجموعه اطهر درصدد کشف بازارهای جدید در کشورهای منطقه و کشورهای دیگر که امکان صادرات به آن ها وجود دارد، می باشد. همانطور که حدود یکسال است در صادرات به افغانستان نیز فعال هستیم.

با اشاره به اینکه آرد خبازی حدود ۷۰ درصد، آرد نول حدود ۲۰ درصد و آرد ستاره نیز ۱۰ درصد سهم صادرات آرد به کشور عراق را تشکیل می دهند، در ادامه به خصوصیات صادرات آرد به اقلیم کردستان، عراق مرکزی و جنوب عراق اشاره کرد و گفت: در اقلیم کردستان عراق با توجه به شرایط اقتصادی و اجتماعی موجود، امکان فروش محصول با سود بیشتر نسبت به جنوب و مرکز وجود دارد و همینطور تفاوت فرهنگی در اقلیم کردستان با جنوب و مرکز که اقلیم کردستان بیشتر تابع فرهنگ ترکیه و جنوب و مرکز تابع فرهنگ شبه جزیره عربستان است؛ منجر به بروز تفاوت در نوع آرد صادراتی به این دو منطقه شده است. علاوه بر این به دلیل درگیری های موجود در جنوب و مرکز عراق، اقلیم کردستان آرام تر بوده و برای صادرات شرایط بهتری در مقایسه با جنوب و مرکز عراق دارد.

سیاست های جدید صادراتی کشور روسیه و تأثیر آن بر قیمت گندم: در خصوص سیاست های جدید کشور روسیه و تأثیر آن بر قیمت گندم ورود موقت توسط تجار ایرانی، اخیرا احتمال وضع محدودیت های بیشتر برای صادرات گندم و حتی سایر غلات از مبدا روسیه به کل دنیا وجود دارد که در صورت عملی شدن آن ایران نیز از این قانون مستثنی نخواهد بود. این قانون می تواند شامل توقف و محدودیت های صادراتی از فصل برداشت سال ۲۰۲۱ تا ۴ تا ۵ ماه (به جز شرکت هایی که از قبل گندم تهیه و مجوز اختصاصی گرفته اند) شود. همچنین احتمال دارد حتی برای صادرکنندگانی که مجوز دارند نیز عوارض حدود ۲۰ تا ۲۵ دلاری به ازای هر تن گندم وضع کنند به همین دلیل زرمه های افزایش قیمت غلات وجود دارد. علاوه بر این پیش بینی می شود که حتی عوارض برای صادرات در روسیه نیز به دلیل حمایت از مصرف کننده داخلی صورت گیرد زیرا قیمت گندم، آرد و مشتقات آن طی سال ۲۰۲۰ پس از کرونا افزایش بی سابقه داشته است. در واقع اگر برای گندم روسیه که از کشاورز خریداری می شود عوارض تعیین گردد؛ تجاری که اقدام به صادرات گندم از مبدا روسیه می کنند مجبور به کاهش قیمت پیشنهادی به کشاورز و یا کاهش سود خود خواهند شد چراکه به منظور رقابت در بازار جهانی و با گندم استرالیا، اکراین و آلمان که تازه شروع به برداشت و صادرات کرده اند؛ چاره ای جز این ندارند.



صادرات آرد ایران به کشورهای همسایه طی سال های اخیر با توجه به تحریم ها، افزایش نرخ ارز و همچنین بحران کرونا رو به افول قرار گرفته است و علاوه بر این به تازگی نیز شاهد تغییر سیاست های وارداتی و صادراتی در برخی از کشورها همچون کاهش ارزش دینار در عراق و تعیین تعرفه های صادراتی در روسیه هستیم. اگرچه صادرات آرد از ایران به سایر کشورها همچون سال های گذشته در حال انجام است اما نکته قابل توجه حجم آن است که حجم صادرات به مرور زمان کاهش یافته است. کارخانه آرد اطهر به عنوان بزرگترین صادرکننده آرد کشور، از محل ورود موقت گندم، در حال حاضر با چالش های فراوان و کاهش صادرات نسبت به سال های ۹۶ و ۹۷ مواجه شده است.

ابتدا در خصوص عمده مشکلات صادرات آرد از محل ورود موقت: مسئله اول سردرگمی کارخانجات آرد در خصوص رفع تعهد ارزی است به این معنا که علی رغم صدور بخشنامه ای از سوی وزارت اقتصاد امور دارایی مبنی بر معافیت بازگشت ارز برای صادرات بیش از ۸۰ درصد از مواد اولیه وارداتی، سیاست یک پام و چند هوای بانک مرکزی در خصوص رفع تعهد ارزی منجر به تشویش صادرکنندگان و صاحبان سرمایه شده است.

دومین عامل کاهش صادرات آرد نوسان نرخ ارز و افزایش قیمت تمام شده گندم وارداتی است به گونه ای که به طور مثال سرمایه لازم برای واردات ۳ هزار تن گندم در مقایسه با سال قبل با رشد ۳ برابری روبرو بوده است.

سومین و مهمترین عامل کاهش صادرات آرد، بحث حمل و نقل است به این معنا که تعرفه حمل و نقل داخلی به ویژه طی یک سال گذشته با افزایش سه برابری مواجه شده است و از آنجاییکه صادرات آرد تنها دارای سود حداقلی در هر تن است لذا نرخ حمل و نقل یکی از مقوله های مهم برای رقابت در بازار بین المللی صادرات آرد است و منجر به از دست رفتن توان رقابتی ما در بازار عراق شده است. متأسفانه بر اثر عدم حمایت دولت و ارگان های ذیربط از این موضوع، با کاهش صادرات مواجه هستیم چراکه محموله های صادراتی با حمل و نقل داخلی به مبادی خروجی کشور ارسال می گردند و افزایش نرخ حمل و نقل، قیمت تمام شده محصول لب مرز را افزایش و تمایل به خرید کالای آرد ایرانی را کاهش می دهد.

مطلب بعدی در مورد حمل و نقل این است که در سال ۲۰۱۶ سندیکی کامیون داران بین کشور ترکیه و عراق تفاهم نامه ای امضا نمودند که طی آن کامیون های ارسالی از مبدا ترکیه در خاک کشور عراق (در ب انبار خریدار) تخلیه شوند و سود محموله های حامل آرد از مبدا را افزایش دهند اما متأسفانه این موضوع در ایران مصداقی ندارد و محموله های صادراتی از مبدا ایران در مرز خروجی، به کامیون عراقی منتقل می

28th
Printing, Packing & Related Machinery EXHIBITION
 TEHRAN - 4th Oct. 2021
 Venue: Tehran International Permanent Fairground

پست و بسته بندی و ماشین آلات وابسته
 بیست و هشتمین نمایشگاه بین المللی چاپ، بسته بندی و ماشین آلات وابسته

۹ لغات ۱۲ مه ۱۳۹۹
 محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران

ISIEF 2006
 IRAN MED
 ERSM

PARS CASTER
 VALIZADEH INDUSTRIAL GROUP

گروه صنعتی ولی زاده
 چرخ پارس

تولید کننده انواع چرخ های
 مصرفی در صنعت آرد و نان

تهران، شهرک صنعتی چهار دانگه، خیابان ۱۶
 نبش کوچه پیمان و شمس، پلاک ۱۰
 ۰۲۱-۵۵۲۷۱۰۹۵ | ۰۲۱-۵۵۲۷۱۰۹۴
 www.parscaster.com | Sales@parscaster.com | parscaster

نشریه رسمی نمایشگاه‌های بین‌المللی
اقتصاد و صنعت
 هفته‌نامه بین‌المللی
 سال یازدهم - دوره جدید - شماره ۲۸۰ - خردادماه ۱۴۰۰
 تلفن ۰۸۴۰۸۴۴۸۰۴۴۸

پسندیده نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات و مواد اولیه بیسکویت
سپری نی و شکلات ایران
 برگزار کننده:
 شرکت نمایشگاهی ماندگار تجارت
 ۳ شهریور الی ۲ مهر ۱۴۰۰

با همکاری روابط عمومی
 شرکت ساس ساندیته‌های بین‌المللی
 جمهوری اسلامی ایران

- Mosque
- Police
- Fire station
- Red Crescent
- Bank
- Toilets
- Drinking Fountain
- Buffet
- Restaurant
- Public Phone
- Information
- Parking Lot
- Gas Station
- Bus Stop



	گروه صنعتی ولی زاده چرخ پارس - سالن ۳۸B
	گروه صنعتی آذریاب - سالن ۳۸B
	ستاک - سالن خلیج فارس
	بارکاشین - سالن ۴۱
	بستی ظفر - سالن ۶
	بیسکولاج
	فرخنده - سالن خلیج فارس
	ترشی سون - سالن خلیج فارس
	روزبه شکلات - سالن خلیج فارس
	ارد اظهر

Deputy Technical & Engineering Affairs
 Design & Interior Architecture Administration
 Title: Plan of Tehran International Exhibitions Co.
 Designed by: Elaheh Mohammadian
 Summer 1396



بیستمین نمایشگاه بین المللی شیرینی و شکلات و سیزدهمین نمایشگاه «آرد و نان» به روایت تصویر



بستنی ظفر - سالن ۶



ستاک - سالن خلیج فارس



گروه صنعتی ولی زاده چرخ پارس - سالن ۳۸B



باراکا - سالن ۴۱



گروه صنعتی آذریاب - سالن ۳۸B



فرخنده - سالن خلیج فارس



روزبه شکلات - سالن خلیج فارس



ترشی سون - سالن خلیج فارس



مهدی بلوگی مدیرعامل «شرکت رضوان شکلات»:

کیفیت محصولات «باراکا» هم تراز با برترین محصولات جهان



شرکت رضوان شکلات با برند باراکا از سال ۱۳۷۳ به صورت رسمی و حرفه‌ای توسط برادران بایرامی آذر، کار خود را آغاز کرد و هم اکنون بالغ بر ۷۵۰ نفر و در گروه سرمایه و تجارت رضوان بیش از ۲۲۰۰ نفر حضور دائم و مستمر دارند. اقتصاد و نمایشگاه در حاشیه نمایشگاه بین‌المللی شیرینی و شکلات با مهدی بلوگی مدیرعامل شرکت رضوان شکلات گفت و گویی انجام داده است که می‌خوانید:

رضوان شکلات چه خدماتی را ارائه می‌دهد؟

در پاسخ به سوال شما باید بگویم که شرکت رضوان شکلات در چهار گروه اصلی در حال فعالیت است: گروه محصولات فانتزی؛ شامل محصولات پذیرایی، کادویی، تک نفره، فله، انواع محصولات پودری و شکلات صبحانه؛ گروه محصولات صنعتی؛ شامل انواع محصولات مورد نیاز در صنایع بستنی، لبنی، کارخانجات کیک، کلوچه و صنایع نان؛ گروه محصولات قنادی؛ شامل انواع روکش‌های کیک، مغزی کیک، زل‌های قنادی، کرم‌فیل، فوندانت و انواع محصولات تزئینی و گروه محصولات دست‌ساز؛ شامل محصولات قابلی، ترفیل و محصولات روکشی که تماماً با دست و کاملاً مشابه شکلات‌های بلژیکی تولید می‌شود و در سالهای گذشته با برند باراشین اقدام به تولید پشمک با طعم‌ها و بسته‌بندی‌های متفاوت نموده است.

محصولات شرکت رضوان شکلات دارای چه مزیت‌های کیفی است؟

شرکت رضوان شکلات با بیش از ۴۲ سال فعالیت در زمینه تولید انواع شیرینی و شکلات با بهره‌گیری از تکنولوژی روز دنیا و منابع انسانی متخصص و کارآمد داخلی سعی بر آن داشت تا محصولاتی با کیفیت جهانی در اختیار مصرف‌کنندگان داخلی و خارجی قرار دهد. از این رو با توجه به هزینه‌های زیاد واردات این گروه صنعتی با تکیه بر دانش داخلی بیشتر ملزومات خود را با استفاده از شرکت‌های درون گروه خود تامین می‌نماید و به جهت کاهش قیمت مصرف‌کننده از شرکت بخش سراسری و شعبات سراسر کشور جهت فروش محصولات و ارائه آنها به مصرف‌کننده نهایی استفاده می‌کند.

از چه محصولی در نمایشگاه رونمایی می‌کنید؟

گروه صنعتی باراکا در تلاش است تا محصول شکلات که یک خوراکی غیر سنتی برای ملیت ایرانی است را با استفاده از متخصصین تغذیه و تحقیق و توسعه هر چه بیشتر به ذائقه ایرانی نزدیک کند. از اینرو اقدام به تولید پشمک با روکش کاکائو با طعم‌های مختلف و مناسب ذائقه‌های متفاوت نموده است که در این نمایشگاه ارائه خواهد شد.

برای توسعه فعالیت‌های خود چه برنامه‌ای دارید؟

شرایط اقتصادی حاکم بر کشور در سه سال گذشته موجب کاهش کیفیت زندگی شهروندان شده است ولی پیرو منویات مقام معظم رهبری در جهت حمایت از تولید، گروه صنعتی باراکا بصورت پایدار در جهت توسعه شرکت‌ها و خطوط تولید و افزایش کیفیت محصولات گام برمی‌دارد و همواره از منابع انسانی متخصص خود که سرمایه اصلی این سازمان است در جهت تیل به این اهداف بهره خواهد برد.

در زمینه مشتری‌مداری چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

مشتری در کار و تجارت ما یک هدف زود گذر نیست بلکه مشتری هدف و غایت همه اقدامات کسب و کار ما است. مشتری مهمترین ناظر بر فعالیتهای ما می‌باشد، او به ما وابسته نیست بلکه ما به او وابسته هستیم. از این رو گروه صنعتی باراکا با داشتن واحد CRM در تلاش است تا ارتباط بین مشتری نهایی و تولید همیشه برقرار باشد و رضایت کامل مشتریان از مصرف محصولات را جذب نماید.

شرکت رضوان شکلات برای افزایش اشتغالزایی چه گام‌هایی برداشته‌است؟

با توجه به اینکه مهارت آموزی و خلأ مهارت در جامعه همیشه یکی از مشکلات پیش روی نیروی انسانی بوده است بنابراین یکی از اهداف گروه صنعتی باراکا آموزش مستمر مهارت به نیروی انسانی، شکوفایی و استفاده از استعدادها نهفته آنها می‌باشد. لذا با همکاری سازمان فنی و حرفه‌ای و مدیران متخصص شرکت و کسپ‌های آموزشی جهت پرسنل داخلی و علاقه‌مندان خارج از سازمان به طور دوره‌ای برگزار می‌شود. بنا بر طرح‌های توسعه گروه صنعتی باراکا افراد مستعد و توانمند از طریق این دوره‌های آموزشی شناسایی شده و جهت تکمیل کادر تخصصی جذب و مشغول به کار می‌شوند.

ارزئابی شما از وضعیت صنعت شیرینی و شکلات ایران چیست؟

صنعت شیرینی و شکلات از دهه ۸۰ شمسی رشد خوبی را تجربه کرده است از نظر آرزواری این صنعت رتبه اول در صنعت غذایی کشور را به خود اختصاص می‌دهد. مسلماً در جهت پیشرفت تولید، زنجیره تامین مواد و ملزومات نقش تعیین‌کننده و بسزایی دارند یکی از مشکلات مربوط به مواد بسته بندی در صنعت شکلات انحصاری بودن کارخانه‌های بسته بندی است. گروه صنعتی باراکا با استفاده از شرکت‌های درون گروهی تا حدود زیادی مشکل فوق را مرتفع نموده است. حدود ۴۰ درصد از مواد اولیه مورد نیاز صنعت شکلات وارداتی است و نوسانات قیمت ارز بر روی امکان تامین مواد تاثیر مستقیم می‌گذارد. حدود ۶۰ درصد از مواد اولیه مانند شکر نیز داخلی است که با توجه به تغییرات قیمت و عدم دسترسی بودن، این صنعت را با مخاطراتی روبرو می‌کند. انتظار می‌رود دولت محترم از صنایعی که موفق هستند و واردات و صادرات دارند حمایت کنند تا موانع صادراتی از داخل دست و پای صادرات را نبندد. در این زمینه اگر سرمایه در گردش و ارز دولتی به تولیدکنندگان واقعی واگذار شود می‌توان صادرات را افزایش داد و به ورود ارز به کشور و همبسطور اشتغالزایی داخلی کمک کرد.

بهر روز فضل الهی مدیرعامل شرکت «ترشی سون»

عرضه محصولات «ترشی سون» متناسب با سلیقه مشتری در بازار داخلی و صادراتی



شرکت ترشی سون که انواع محصولات لواشک، تخمه، پوره میوه و محصولات دیگر صنایع غذایی را از سال ۷۹ به بازار عرضه کرده است به خاطر رعایت استانداردها و بهبود کیفیت محصول، مورد توجه مشتریان در داخل و بازار صادراتی است. بهروز فضل الهی مدیرعامل شرکت «ترشی سون» در این زمینه در گفت و گو با اقتصاد و نمایشگاه به دستاوردهای این شرکت، و جدیدترین محصولات و بسته بندی‌های این شرکت اشاره کرده است.

نمایشگاه امسال را چگونه ارزیابی می‌کنید و در این نمایشگاه چه نوع محصولاتی را معرفی کرده‌اید؟ با توجه به وضعیت تحریم‌ها و کرونا در سال‌های قبل، برگزاری نمایشگاه با استقبال و مشارکت کمتر تولیدکنندگان مواجه بوده اما امسال با توجه به این که اکثر افراد واکسن زده‌اند و رعایت پروتکل‌ها بوده و همچنین ملاحظاتی بهداشتی رعایت شده، در نتیجه افراد بیشتری توانسته‌اند حضور داشته باشند و در جمع همکاران و تولیدکنندگان باشند. لذا نمایشگاه امسال خوب بوده و مشارکت بیشتری را شاهد بوده ایم و رونق و نشاط خوبی در بین شرکت‌کنندگان مشاهده می‌شود و امید است که این موضوع به رونق و نشاط بازار و اقتصاد نیز کمک کند.

امسال شرکت‌های زیاد و پرقدری حضور پیدا کرده‌اند و خیلی از شرکت‌های قدر حاضر شده‌اند و نمایشگاه در روز اول خیلی خوب بوده و انشالله تا آخر با نشاط و رونق و بازدید خوب به پیش رود.

در نمایشگاه امسال ما انواع محصولات تولیدی خود شامل ترشیجات، لواشک‌ها را در بسته بندی‌های مختلف ارائه کرده ایم. در بخش محصولات سفارشی نیز بسته بندی‌های مختلف شامل آلو، لواشک، گل، قیسی، کشمش و... را داریم که متناسب با سلیقه و تقاضای مشتری، این محصولات را در بسته بندی‌های مختلف آماده و به مشتری عرضه می‌کنیم.

امسال محصول جدیدی را به بازار معرفی کرده‌اید؟

محصول جدید امسال تخمه آفتاب گردان است که خودمان آماده می‌کنیم یعنی در خود شرکت انجام شده و در شرکت رست شده و بسته بندی می‌شود.

محصولات شما به کجا صادر می‌شود؟ در بسته بندی‌ها و

استانداردها و کیفیت چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

علاوه بر بازار داخلی، محصولات ما با استانداردها و مجوزهای مورد نیاز، به اروپا، کانادا و کشورهای منطقه صادر می‌شود. صادرات ما از سال قبل به کشورهای کانادا و استرالیا و کشورهای همجوار مثل دبی و بحرین صادرات بیشتر شده و در بازارهای جهانی حضور بسیاری داریم و بیشتر فعالیت می‌کنیم. بازار ایران جای خود را دارد.

در داخل ایران اقداماتی انجام داده ایم تا مردم محصولات با کیفیتی خریداری کنند. برند ترشی سون شناخته شده است و نشانه کیفیت محصولات ماست. بسته بندی‌ها به تدریج به روز می‌شود و متناسب با سلیقه و درخواست مشتری آماده می‌شود. طعم و مزه و عطر و کیفیت محصولات ما مورد توجه مشتریان است و برای رعایت آن از مناطق مختلف کشور، مواد اولیه را تهیه می‌کنیم.

بسته بندی متناسب با بازار داخلی و صادراتی چگونه انجام می‌شود؟

مشتری برای بازار صادراتی می‌تواند مثلاً ترشیجات، الو قیسی، کشمش و... را انتخاب کند و ما متناسب با آن تولید و بسته بندی را انجام می‌دهیم.

متناسب با سلیقه و استاندارد بازار اروپا، بسته بندی‌های اروپایی که قبل تر است مورد توجه قرار گرفته و همه محصولات نسبت به قبل بهتر بسته بندی می‌شود. نوع بسته بندی متناسب با محصولی است که آماده صادرات و فروش در بازار داخلی می‌شود. زیرا برخی محصولات باید رطوبت را حفظ کنند و برخی دیگر باید خشک باشد و لذا برای آنکه محصول آسیب نبیند، رعایت بسته بندی و استانداردها اهمیت زیادی دارد و مشتری در انتخاب بسته بندی نیز حق انتخاب دارد.

آیا به راحتی می‌توانید مجوز صادراتی به کشورهای مختلف را دریافت کنید؟

استانداردها و گواهی‌های بهداشتی را که لازم است ما همه را داریم و حتی اگر آزمایش کنند این استانداردها به راحتی پاس می‌شود و محصول ما بدون مشکل وارد هر بازاری می‌شود. مجوزهای بین‌المللی را به ان‌ها ارائه می‌دهیم شرکت‌هایی که با ما کار کردند همه از ما مجوزهای بهداشتی را دریافت کرده‌اند. یعنی قبلاً با اداره صنایع غذایی صحبت می‌کنیم محصولات را آزمایش می‌کنند و مجوز بهداشت و اداره استاندارد ایران را دریافت و ترجمه کرده و ارسال می‌کنیم.

غیر از لواشک چه کالای دیگری تولید می‌کنید؟

ما لواشک تولید می‌کنیم و تولیدکننده‌ی پوره‌ی خود میوه مثل پوره سیب هستیم.

کارخانه ما در آذربایجان شرقی شهرستان مرند است محصولات هم از ارومیه و تبریز و اطراف مرند تامین می‌کنیم و از سایر نقاط کشور مثلاً خرما را از جنوب برای شیرینی خرما تهیه می‌کنیم و الوچه مثلاً از سمت کرمانشاه و مشهد می‌آید. سیب از میانه و مشکین شهر استان اردبیل و استان آذربایجان غربی خود آذربایجان شرقی تهیه می‌شود.

گزارش تصویری



رعایت پروتکل‌های بهداشتی در نمایشگاه‌های در حال برگزاری به روایت تصویر



مهندس یوسف قاضی عسگر مدیرعامل شرکت «فرخنده»

حفظ توامان طعم و کیفیت محصولات «فرخنده» در ۶ دهه فعالیت

شرکت فرخنده با ظرفیت تولیدی ۳۰ هزار تن در سال یکی از شرکت های پیشرو و با سابقه در صنعت شیرینی و شکلات ایران است و در عرصه تولید و صادرات دستاوردهای چشمگیری را

لطفا تاریخچه ای از فعالیت های شرکت فرخنده را تشریح کنید؟

فرخنده یک کسب و کار خانوادگی ۶۰ ساله است و ما به عنوان نسل سوم این برند، مسیری را که پدرانمان برای ما به یادگار گذاشتند با تلفیق تکنولوژی روز دنیا، همچنان بقدرت و به پیش می‌بریم. در حال حاضر قریب به ۵۰۰ نفر در این شرکت مشغول به کار هستند. فرخنده، یکی از اولین و قدیمی‌ترین تولیدکننده‌های بیسکویت در فلات مرکزی ایران است که از ابتدای فعالیت خود در سال ۱۳۴۰ تاکنون به صورت تخصصی فقط محصول بیسکویت تولید کرده است. در حال حاضر حدود ۶۰ مدل اس کی یو کالا توسط فرخنده در بازارهای داخلی و خارجی عرضه می‌شود. حفظ همیشگی طعم و کیفیت در طول ۶۰ سال تولید بیسکویت باعث شده تا تاکنون فرخنده در سراسر ایران حضوری پررنگ داشته باشد و محصولات خود را به بیش از ۳۵ کشور در سراسر جهان صادر کند. مصرف‌کنندگان فرخنده سال‌هاست از انواع این بیسکویت به عنوان یک میان وعده سالم و مقوی در خانه یا محل کار خود استفاده می‌کنند.

«مزیت‌های تولیدی و رقابتی شما نسبت به رقیب چیست؟»

امسال شصتمین سال تاسیس فرخنده است، شاید مهم‌ترین مزیت ما در طول این سال‌ها از ابتدا تاکنون این است که سعی کردیم که قول و عمل‌مان یکی باشد و اگر از مشتریان و مصرف‌کنندگان وفادار فرخنده در این باره پرسید، حتما بر این موضوع صحنه می‌گذارند. نکته مهم دیگر این است که فرخنده در این سال‌ها تلاش کرده طعم و کیفیت محصولاتش را همزمان حفظ کند؛ البته کیفیت امروزه یک وظیفه است و نمی‌توان به عنوان یک مزیت از آن نام برد اما حفظ توامان طعم و کیفیت در طول این ۶۰ سال، باعث شده تا محصولات این برند برای چند نسل خاطر‌سازای کند. فرخنده تلاش مصرف‌کنندگان را نیز پوشش دهد و دغدغه‌های

و حراست کند و بیسکویت فرخنده فقط در جایگاه یک میان وعده نباشد. بیشتر مصرف‌کنندگان ما به ویژه آنهایی که میانگین سنی بالای ۴۰ سال دارند به طور مستقیم یا غیرمستقیم از محصولات فرخنده خاطر خوبی دارند، چه در جمع دوستان و خانواده و چه در محل کارشان. این خاطر و حس خوب به این دلیل شکل گرفته که با یک اطمینان و اعتماد نسبت به محصولات فرخنده همراه شده و بیشتر مصرف‌کنندگان قدیمی فرخنده این موضوع را با ما در میان گذاشته‌اند. این مزیت، مسئولیت فرخنده را بسیار سنگین‌تر کرده و به همین دلیل ما تلاش می‌کنیم با برنامه‌هایی که در پیش داریم برای نوجوانان و جوانان یا افراد زیر ۴۰ سال نیز چنین خاطر و احساسی را با ارائه محصولات جدید و مطابق سلیقه این نسل، شکل دهیم.

«اقدامات خود را در راستای مشتری‌مداری بفرمائید؟»

ما در فرخنده تلاش کردیم هر آنچه را که گفتیم، به آن عمل کنیم. سعی کردیم با راهاندازی مرکز صدای مشتریان به شکل عملیاتی دغدغه‌ها، انتظارات و پیشنهادات مصرف‌کنندگان را ثبت و ضبط کنیم و فراتر از آن، دنبال این هستیم که رویکردی پیشگیرانه داشته باشیم تا درمانی. اگر شکایت یا انتظاری بسوده پیشه آن را جست‌وجو کردیم و به عبارتی انتظار یا انگیزه اصلی مشتری را در پس صحبت‌ها و نظراتش که ممکن است به هر دلیلی بازگو نکند، متوجه شدیم و من این موضوع را عین مشتری‌مداری می‌دانم. سعی کردیم تعامل و درک مشتری‌مداری در سازمان فرخنده به ویژه در تیم خدمات مشتریان را پررنگ کنیم. همکاری در تعامل با مصرف‌کنندگان و فروشگاه‌داران و حتی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای تلاششان این است که درک عمیقی نسبت به انتظارات مشتریان و مصرف‌کنندگان پیدا کرده و نیازهای آنها را برطرف کنند. در کنار این‌ها، سعی‌مان این است محصولات جدیدی که به بازار عرضه می‌کنیم، نیازهای پنهان مصرف‌کنندگان را نیز پوشش دهد و دغدغه‌های

کسب کرده است؛ اقتصاد و نمایشگاه با مهندس یوسف قاضی عسگر مدیرعامل شرکت فرخنده گفت و گویی انجام داده است که می‌خوانید:

آنها را کم کند. ما در فرخنده با تمام چالش‌ها و محدودیت‌هایی که پیش رو داریم، از مواد اولیه درجه یک و اختصاصی فرخنده برای تولید به طور مستقیم یا غیرمستقیم از محصولات فرخنده را در آرد بیسکویت‌هایمان، به کار می‌بریم. تمام سعی ما این است تا دغدغه مصرف‌کنندگان فرخنده به ویژه سلامت و کیفیت محصولات را همواره حفظ کنیم تا یک «ذلت مطمئن» یا یک «خوشمزه مطمئن» را در اختیارشان قرار دهیم. این مهم‌ترین اقدامی است که همکارانم آن را به صورت تیمی در بخش‌های مختلف به ویژه در بخش خدمات مشتریان انجام می‌دهند و به آن توجه ویژه دارند.

«تعداد تولیدات شما به چه میزان است و در چند دسته‌بندی تولیدی قرار دارد؟»

ظرفیت تولید بیسکویت فرخنده در سال حدود ۳۰ هزار تن است که در سه گروه وزنی مرسوم در تولید بیسکویت یعنی زیر ۲۰۰ گرم، ۲۰۱ تا ۷۰۰ گرم و بالای ۷۰۰ گرم انجام می‌شود. البته فرخنده بیشتر با بسته‌بندی‌های جعبه‌ای ۷۰۰ گرم خود شناخته شده، ضمن اینکه این محصولات در قالب‌های ابداعی فرخنده همچون قالب پذیرایی و قالب زبان تولید شد و در طعم‌های مختلف میوه‌ای، کنجدی، با آرد جو و... که فرخنده برای اولین بار آنها را عرضه کرد، روانه بازار شد. فرخنده اولین شرکتی است که در محصولات خود از زعفران طبیعی در تولید بیسکویت زعفرانی استفاده کرد و بیسکویت با طعم‌های پرتقالی، نارنگیلی و موزی فرخنده نیز طرفداران خاص خود را دارند. بیسکویت فندقی فرخنده برای افرادی که علاقه‌مند به طعم‌های شبیه به طعم نوتل هستند، انتخاب بسیار مناسبی است و طرفداران زیادی هم دارد. از چند سال پیش نیز بیسکویت کاکائویی با طعم کاپوچینو را در وزن‌های مختلف به بازار عرضه کردیم که با استقبال چشمگیری به ویژه در میان نسل جدید مواجه شد. امسال این بنا به درخواست مصرف‌کنندگان و مسئولین که بر عهده ما قرار گرفته یک بیسکویت بسیار باکیفیت در گروه چند

غله‌ها با نام ۴ شهد و ۳ غله را به بازار عرضه کردیم که یک طعم کاکائویی هم در کنار طعم ساده دارد. همچنین یک بیسکویت برای گروه نوجوانان و جوانان با طعم میوه‌های جنگلی به بازار عرضه کردیم که تجربه متفاوتی را برای مصرف‌کنندگان رقم زده است. این محصولات در حال حاضر آرام آرام وارد بازار می‌شوند و در تلاشیم تا تعداد فروشگاه‌های بیشتری در سطح کشور به ویژه در شهر تهران را به این محصولات جدید اختصاص دهیم.

«علت اصلی حضور شما در بیستمین نمایشگاه بین‌المللی شیرینی و شکلات؟»

نمایشگاه شیرینی و شکلات مانند نمایشگاه آگروفود جزو نمایشگاه‌های مهمی است که در صنایع غذایی کشور جایگاه ویژه‌ای دارد. این نمایشگاه خانه اصلی ماست و خوشحالم که در کنار همکاران عزیزمان هر ساله می‌توانیم توانمندی‌های خود و تولیدکنندگان شیرینی و شکلات کشور را به نمایش بگذاریم. شکل و شمایل برگزاری نمایشگاه با توجه به شیوع کرونا تغییرات زیادی داشته اما فارغ از تاختی‌هایی که این بیماری به همراه داشته و دارد، باعث شد تا برای چنین نمایشگاه‌هایی شکل تخصصی‌تری به خود بگیرد. برای ما نمایشگاه‌هایی همچون نمایشگاه شیرینی و شکلات میعادگاهی است برای برقراری یک ارتباط حرفه‌ای و انجام مذاکرات دوستانه با شرکای تجاری، شرکت‌های پخش و کلیه حوزه‌هایی که به فعالیت ما ربط پیدا می‌کنند. امیدواریم شرایط به گونه‌ای مهیا شود که نمایشگاه با همان شور و هیجان سال‌های پیش برگزار شود و البته در کنار آن پذیرش تخصصی بازدیدکنندگان نیز ادامه یابد.

«تهدید و فرصت‌های کرونایی در روند حرکتی تولید را چگونه ارزیابی می‌کنید؟»

کرونا خیلی تلخ بوده و خیلی اتفاقات سختی را برای ما پیش آورده اما شاید نقطه مثبت آن این بوده که استفاده از محصولاتی که حداکثر

شکلات در دنیا صنعتی پول‌ساز، شیرین و برطرفدار است. براساس آمارهای بین‌المللی ارزش جهانی بازار شکلات در سال ۲۰۱۷ بیش از ۱۰۳ میلیارد دلار بوده است و پیش‌بینی می‌شود با رشد میانگین سالانه ۷ درصد، ارزش این بازار تا سال ۲۰۲۴ به ۷ درصد برسد. این در حالی است که پیش‌بینی می‌شود رشد این صنعت در خاورمیانه تا سال ۲۰۲۴ کمتر از میانگین جهانی و حدود ۶٫۷ درصد باشد و گردش مالی آن به ۶٫۵ میلیارد دلار برسد.

برخی گزارش‌ها نیز می‌گویند مجمع ارزش صنعت شیرینی و شکلات و بیسکویت در خاورمیانه حدود ۱۰ میلیارد دلار است

«توسعه صنعت شیرینی و شکلات در ایران»
رشد قابل توجه صنعت شکلات و شیرینی در ۱۰ تا ۱۵ سال گذشته کاملاً مشهود است و سال‌هاست که تولیدکنندگان کشورمان ضمن تامین نیاز داخلی بخشی از محصولات خود را سالانه روی ریل صادرات قرار می‌دهند. خوشبختانه در یک دهه اخیر صنعت ماشین آلات مربوط به تولید بیسکویت، کیک، شیرینی، شکلات، آدامس و غیره در کشور دچار تحولات شگرفی شده است. از سوی دیگر شکلات سازی در زمره صنایع باکیفیت و مرغوب ایران قرار دارد که در سالیان گذشته به رشد و توسعه قابل توجهی دست یافته است.

از سوی دیگر بسته‌بندی تولیدات ایرانی به عنوان رکنی مهم و اثرگذار در ارتقای جذابیت کالای داخلی مطرح است و برخلاف بسیاری از عرصه‌ها که متأسفانه به موضوع بسته بندی به صورتی حرفه‌ای نگریده نمی‌شود، در صنعت شکلات سازی تلاش شده به بسته بندی اقدام تولیدی توجه ویژه‌ای شود.

فضای رقابتی و تعدد و تکرر واحدها و مراکز تولیدی شکلات باعث شده تا موضوع بسته بندی نیز در کنار کیفیت، در اولویت فعالان این عرصه قرار گیرد.

بیسکویتهای و شکلات‌های ایرانی در سال‌های گذشته بازارهای خود را به طور مرتب توسعه داده است. براساس آمارها مجموع محصولات تولیدی صنعت شیرینی و شکلات ایران به ۶۶ کشور جهان صادر می‌شود.

براساس آمار اتحادیه بیسکویت، شیرینی و شکلات ایران حدود ۸۰۰ میلیون دلار در سال صادرات دارد که بنا بر گزارش‌های گمرک اصلی ترین مقاصد شیرینی و شکلات ایران، کشورهای عراق، افغانستان و پاکستان هستند. دیگر کشورهای مقصد صادرات نان، شیرینی و شکلات ایرانی شامل نروژ، هلند، اتریش، آلمان، اتریش، کانادا، مالزی، ژاپن، لهستان، جیبوتی، ارمستان، روسیه، پاکستان، کویت، ساحل عاج، قطر، قرقیزستان، سوئیس، چین، بحرین، عراق، تاجیکستان، سومالی، یمن، امارات، افغانستان، بلژوس، نیجر، عمان و هستند و در صورت حل مشکلات و موانع، این میزان قابل افزایش تا دو برابر است.

«نمایشگاه شیرینی و شکلات»

این نمایشگاه به عنوان بزرگترین و تنها نمایشگاه تخصصی شکلات و شیرینی در خاورمیانه است که به صورت کاملاً تخصصی در سه بخش اصلی این صنعت اعم از محصولات تولید شده، مواد اولیه و ماشین آلات برگزار می‌گردد، در این نمایشگاه آخرین دستاوردها و نوآوریهای صنعت شیرینی و شکلات ایران در زمینه تولیدات داخلی و صادرات به نمایش گذاشته می‌شود.



اقدام مانع زدایی از تولید را چه می‌دانید و چگونه ارزیابی می‌کنید؟

شاید مهم‌ترین اقدام این باشد که مسئولان امر اجازه دهند کسب و کارها در کشور ما به شکل از گانیک رشد کنند و واقعا دست از حمایت بردارند. من فکر می‌کنم بهترین اقدام این است که مسئولان کاری نکنند و اجازه دهند تولیدکننده کار خودش را انجام دهد و آنها نقش نظارتی خودشان رو شفاف‌تر کنند. اکنون بهترین فرصت و زمان برای بازنگری در قوانین است و طرح این سوال که این قانون برای چه تشکیل و تدوین شده است؛ قوانینی که حتی عمر زیادی ندارند اما همچنان دست و پاگیر هستند. در واقع اگر دستگاه اجرایی به معنای واقعی به دنبال کوچک‌سازی است و بخواهد نقش نظارتی خود را تقویت کند، باید از تکنولوژی و ابزارهای روز استفاده کند تا بسیاری از این موانع برداشته شود. من فکر می‌کنم بهترین اقدام این است که اجازه دهیم تولیدکننده در بازار و در میدان رقابت البته در میدانی که رقابت واقعی وجود داشته باشد، توسط مصرف‌کننده انتخاب شود. باید کارهای دستوری را کنار گذاشت چرا که مصرف‌کننده بهتر می‌تواند تشخیص دهد که چه چیز درست و چه چیز غلط است. این حمایت‌های به ظاهر حمایت‌گر کمتر کنیم، بهتر است.

تاریخچه صنعت شیرینی و شکلات در ایران و جهان



نمایشگاه بین‌المللی شکلات و شیرینی در رتبه ۱۱، رویدادهای کشور قرار دارد که خود گویای قدرت و توانمندی این صنعت شیرینی است. این نمایشگاه فرصتی است تا تولیدکنندگان، مسولان و علاقه‌مندان بتوانند در فضایی آرام و صنعتی به تبادل نظرات و تقاضاهای تجاری برسند. نمایشگاه شکلات باعث ایجاد تحول در دو دهه اخیر در این صنعت شده و این صنعت توانسته نیازهای داخلی و صادرات خارجی را با توانمندی پوشش دهد.

این صنعت به مدد همین نمایشگاه توانسته در بازارهای منطقه حضوری موفق و رو به رشد داشته باشد. اگر نمایشگاه شیرینی و شکلات به طور منظم برگزار نمی‌شد، فعالان و بازرگانان منطقه هرگز نمی‌توانستند از ظرفیت و توانمندی‌های ایران در حوزه تولید شیرینی و شکلات آگاه شوند.

«تاریخچه نمایشگاه شیرینی و شکلات»
دوره ۱۱ دوره ۱۷ دوره برگزاری نمایشگاه با مجوز سازمان توسعه تجارت با مدیریت مستقیم انجمن شیرینی و شکلات ایران برگزار شد و برگزاری دوره‌های بعدی با نظارت انجمن توسط شرکت ماندگار تجارت شیرین شده است.

اولین دوره نمایشگاه در سال ۱۳۸۱ در فضایی به وسعت ۵۰۰ متر مربع در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران برگزار شد. یازدهمین دوره از نمایشگاه شیرینی و شکلات تهران در فضایی به مساحت ۲۲ هزار متر مربع و با مشارکت ۲۱۰ شرکت داخلی و ۲۸ شرکت خارجی از ۱۱ کشور جهان در شهریور ۹۱ برگزار شد.

دوازدهمین دوره از نمایشگاه بین‌المللی شیرینی تهران در فضایی به مساحت ۲۲ هزار متر مربع و با مشارکت ۲۱۰ شرکت داخلی و ۲۸ شرکت خارجی از ۱۱ کشور جهان در شهریور ۹۱ برگزار شد.

سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی با شرکت ۲۹۵ شرکت داخلی و ۵۵ شرکت خارجی از کشورهای ژاپن، چین، آذربایجان، اوکراین، ترکیه، روسیه، اتریش، هند، مالزی، آمریکا، ایتالیا، آلمان، اسپانیا، سوئد، هلند، دانمارک، انگلستان، لهستان و فرانسه در فضایی بالغ بر ۳۰ هزار مترمربع که نسبت به دوره گذشته نمایشگاه ۳۵ درصد رشد یافته در شهریور ۹۳ برگزار شد.

چهاردهمین نمایشگاه بین‌المللی شکلات ایران با مشارکت ۳۵۰ شرکت داخلی و ۳۳ شرکت خارجی از ۱۵ کشور جهان از جمله آلمان، اتریش، اسپانیا، اوکراین، امارات متحده عربی، انگلستان، ایتالیا، ترکیه، چین، ژاپن، فرانسه، کمبلیه، لهستان، مالزی و هندوستان شهریورماه ۹۴ برگزار شد.

پانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی شیرینی ایران در فضایی به مساحت ۴۰ هزار مترمربع و با حضور ۵۶۰ شرکت داخلی و بین‌المللی در شهریور ۹۵ برگزار شد.

بستنی زمستانی

ZAFAR

پذیرایی

Winter Ice cream

اولین تولید کننده بستنی کیفی زمستانی در ایران و آسیا
 اول منتج لایس کریم قمع الشتاء في إيران وآسيا

پیام جمشید مغازه ای دبیر انجمن صنایع بیسکویت، شیرینی و شکلات به مناسبت بیستمین نمایشگاه بین المللی شیرینی و شکلات

سنت طولانی شیرینی پزی ایران با دانش فنی روز به بازارهای اروپا، خاورمیانه و آسیای میانه معرفی شده است



مواد اولیه از گذشته با انجمن واردکنندگان مواد اولیه، در بخش ماشین آلات با انجمن ماشین سازان و در دیگر زمینه ها از جمله در زمینه برگزاری نمایشگاه با نهادها و تشکلهای مرتبط و فعال صنعت نمایشگاهی تعامل داریم.

بیستمین نمایشگاه بین المللی شیرینی و شکلات تهران میزبان بیش از ۲۵۰ شرکت در حدود ۳۰ هزار متر مربع و هفت سال نمایشگاهی است و میزان مشارکت علیرغم و مسائل به وجود آمده فوق نشان از قدرت و توانمندی این صنعت دارد.

امیدواریم صنعت شیرینی و شکلات کافی السابقت بتواند با پویایی بالای صنعت و میزان اشتغال و رونقی که در اقتصاد دارد بتواند با سلامت کامل تامین کننده نیازهای مردم عزیز در امر سلامت جسم و اقتصاد ملی باشد.

از دیگر موارد مهم نمایشگاه امسال بر سر کار آمدن دولت سیزدهم است که با شعارهای اقتصادی و مبارزه با فساد شروع به فعالیت کرده است و امیدواریم در صنعت شاهد تعامل مفید بین دولت و بخش خصوصی باشیم. صنعت شیرینی و شکلات به عنوان یک صنعت پیشرو موفق شده، علاوه بر تامین نیازهای بازار داخلی با صادرات چشمگیری

و اقتصاد کشور ما به نفت و راهیابی از این وابستگی

همواره دغدغه صنعتگران و تولیدکنندگان ایران بوده و هست. گذشته از مشکلات و موانع داخلی و تحریمهای ظالمانه آمریکا که در سال های اخیر به اوج خود رسیده و همچنین در سال قبل و امسال تولیدکنندگان ما با مشکل نوظهوری به نام ویروس کرونا مواجه بودند که پرشتاب جهانگیر شده و هنوز دست از سر اقتصاد بر نداشته است و اقتصاد جهان را دچار عقب گردی های جدی نموده و رحم کار موثر برگزاری نمایشگاههای تخصصی است.

صنعت بیسکویت، شیرینی و شکلات کشور یکی از صناعی است که با وجود جوانی در بازارهای جهانی توانسته سنت طولانی صنعت شیرینی پزی کشور را با دانش فنی و حرفه ای روز و بازاریابی حرفه ای ترکیب کند و بازارهای مهمی در اروپا، خاورمیانه و آسیای میانه را از آن خود کند.

نمایشگاه شیرینی و شکلات در چهار بخش مختلف مواد اولیه ماشین آلات و محصولات تولیدی و خدمات جانبی صنعت برگزار می شود و ما در بخش



جای از بحث سود از بعد وظیفه نیز به دنبال آن هستیم که در طرح های مختلف نیروی انسانی بیشتری را جذب کنیم و اشتغالزایی ایجاد کند

«شرکت شما چه برنامه ای برای گسترش فعالیت خود دارد؟» ما سعی داریم به همه سلیقه های مشتریان توجه کنیم بر این اساس قصد داریم ظرفیت تولید خود را به حدی رسانده تا برای هر سلیقه، نوع بستنی با بسته بندی متفاوت وجود داشته باشد و به سلیقه مشتری از نظر طعم و مزه و میزان قند و بسته بندی پاسخ بدهیم. همچنین سعی داریم با بخش آزمایشگاه همکاری محکمی داشته باشیم تا بتوانیم از مواد قندی کمتری استفاده کنیم چون متأسفانه مصرف قند و شیرینی در ایران فراتر از حد مجاز است. برای همین سعی بر استفاده از قندهای طبیعی به جای شکر و افزودنی های مصنوعی مانند شربت های گلوز... داریم که این موضوع تاثیر مثبت بر سلامت جامعه دارد.

«چه مشکلات و چالش هایی پیش روی شرکت شما و این صنعت قرار دارد؟»

متأسفانه برخی تولیدکننده ها از روی ناچاری مجبور به انجام کارهایی شدند تا در این بازار باقی بمانند، ولی با این حرکت ها از کیفیت و کمیت محصولات کاسته شده است و برای همیشه از بازار کنار می روند.

شرکت ما سعی دارد ضمن حفظ کیفیت و افزایش میزان تولیدات خود، به سلیقه های مختلف و متنوع توجه کند و سهم خود را از بازار حفظ و گسترش دهد. بر این اساس حفظ سلامت و تولید سالم و با کیفیت، مهمترین چالش این صنعت است و باید بر اساس استانداردها و نظر مشتریان و کارشناسان تولید با کیفیت ارائه شود.

«ویروس کرونا چه تاثیری بر روی کسب و کار شما گذاشت و آیا در شرایط کرونا تعدیل نیرو داشته اید؟»

خیر خوشبختانه ما در مجموعه ظرف تعدیل نیرو نداشته ایم. ما از همان روز اول تدابیر و پروتکل های بهداشتی را در شرکت اجرا کردیم زیرا این محصول به دست مشتری می رسد و باید کاملاً سالم باشد.

«به عنوان تولیدکننده در صنعت شیرینی و شکلات انتظار شما از نهادهای حمایتی مانند دولت و بانک ها چیست؟»

این نهادها همیشه پشتیبان ما هستند ولی با شرایط اقتصادی کنونی تهیه مواد اولیه به سختی و گاهی تا دو برابر ارزش واقعی خود به دست ما می رسد. لذا ثبات بازار و اقتصاد و قیمت ها اهمیت زیادی دارد و باید تلاش شود که بازار در یک شرایط با ثبات هزینه تولید معقول و منطقی داشته باشد و بتوانیم محصولی با حفظ قدرت خرید مردم به دست آنها برسانیم.

«چرا برای شما تهیه مواد اولیه سخت است؟»

چون هزینه ها خیلی زیاد شده و مصرف سوخت تاثیر گذار است و روی قیمت تمام شده هر محصولی تاثیر گذار است. از این بابت هر چه بتوانیم از داخل مواد اولیه خود را تهیه کنیم شرایط بهتری خواهیم داشت.

«شرکت ظرف در زمینه صادرات و ارزآوری چه جایگاهی در اقتصاد کشور دارد؟»

در حال حاضر برنامه ما افزایش حجم صادرات به کشورهای منطقه است ما در حال حاضر به کشورهای عراق، افغانستان، ارمنستان و آذربایجان صادرات داریم و علاوه بر این در بازار کشورهای دیگر نیز حضور داشته باشیم.

یوسف جهانبخش مدیرعامل «بستنی ظفر»

اولین تولیدکننده بستنی قیفی زمستانی در ایران و جهان



بستنی ظفر فعالیت خود را در سال ۱۳۵۷ با مدیریت آقای مظفر جهانبخش سفیدی در تهران با تولید انواع بستنی و بستنی زمستانی آغاز نمود. این شرکت، اولین تولیدکننده بستنی قیفی زمستانی در ایران و جهان است. همچنین بستنی ظفر در بیشتر شهرهای کشور نمایندگی و به ۴ کشور همسایه عراق، افغانستان، آذربایجان و ارمنستان صادرات دارد. در حاشیه بیستمین نمایشگاه بین المللی شیرینی و شکلات با مدیر جوان و تلاش گر شرکت بستنی ظفر آقای یوسف جهانبخش به گفتگو نشستیم که در ادامه می خوانید.

«تاریخچه و سوابق شرکت را برای مخاطبان نشریه «اقتصاد و نمایشگاه» شرح دهید؟»

شرکت ظفر در سال ۱۳۵۷ با مدیریت آقای مظفر جهانبخش سفیدی آغاز به کار کرد در ابتدا فعالیت شرکت به صورت سنتی انجام شده ولی به مرور بالاخص از سال ۱۳۹۲ با تغییرات جدید با ورود به فاز صنعتی شرکت متحول شد و محصولات متنوعی را در سبک کالاهای خود قرار داد، شرکت ما در شهرک صنعتی خوارزمی در جاده خوارزم قرار دارد و در تولید انواع بستنی فعالیت می کند.

«چه کالا و خدماتی در بازار ارائه می دهید و جایگاه شما در بازار کجاست؟»

کارخانه ما محصولات و بستنی های تابستانی و زمستانی را تولید می کند. با تغییرات صورت گرفته و ایجاد نسواری در تولید بستنی زمستانی سعی شده که از قند استفاده کمتری در محصولات داشته باشیم و به نظر مشتریان و سلیقه های مختلف پاسخ بدهیم و محصولی سالم و با کیفیت را به مشتریان و بازار ارائه کنیم. در گذشته بستنی های زمستانی به حالت سنتی و لقمه ای تهی میشد، که زمان مصرف آن نامطلوب بود، به همین دلیل حالت قیفی را طراحی کرده و ثبت اختراع کردیم.

«چه برنامه ای برای افزایش اشتغالزایی دارید؟»

در حال حاضر ۱۵ نفر نیروی انسانی در کارخانه مشغول به کار هستند، بیشتر فعالیت شرکت توسط دستگاههای اتوماتیک انجام می شود، البته سعی بر استفاده بیشتر از نیروی انسانی داریم و با طرح های توسعه در آینده نیاز به اشتغال بیشتر نیز خواهیم داشت.

گزارش تصویری



استقبال گسترده بازدیدکنندگان از نشریه رسمی نمایشگاه در ایستگاه های متنوع و متعدد توزیع





وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی



برگزار کننده:



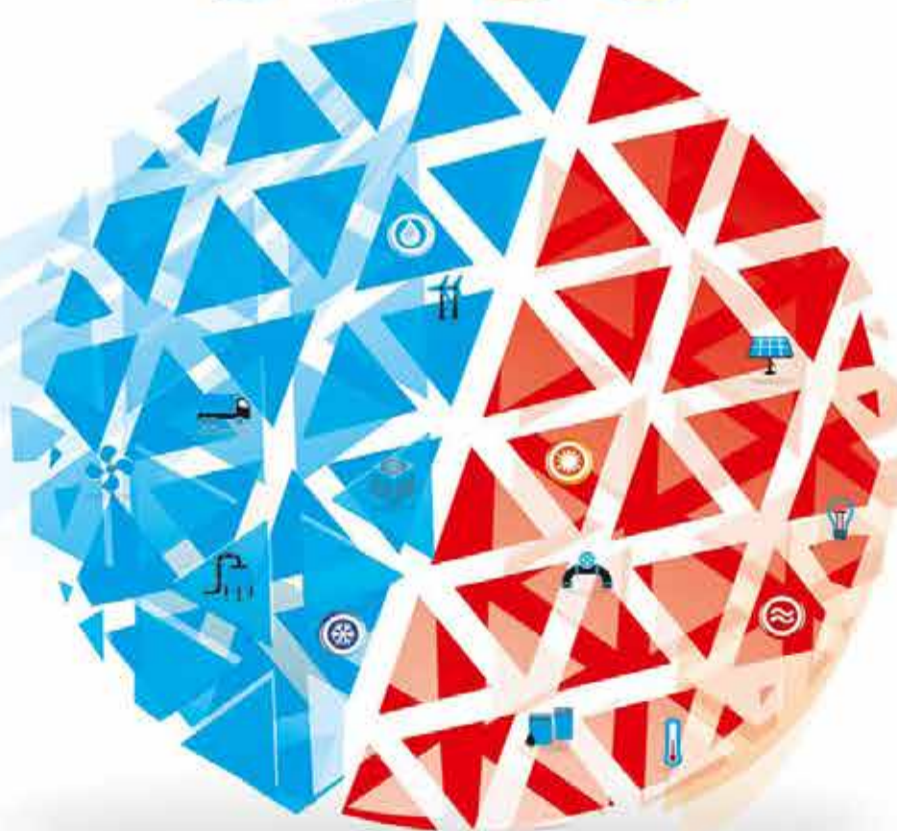
نمانگر
NAMA NEGAR

بیستمین نمایشگاه بین المللی تاسیسات و سیستم های سرمایشی و گرمایشی، تهویه مطبوع

The 20th INTERNATIONAL EXHIBITION OF **Iran**
2021 IHE Installation
Hvac&R
Exhibition
HEATING - COOLING - VENTILATING - AIR CONDITIONING & REFRIGERATING

محل دائمی نمایشگاههای بین المللی تهران

۳۰ - ۲۷ مهر ماه ۱۴۰۰



با رعایت کامل پروتکل های بهداشتی ستاد ملی کرونا

19 - 22 Oct, 2021

Tehran International Permanent Fairground



ستاد برگزاری: بلوار میرداماد غربی، خیابان دفینه، خیابان دامن افشار، شماره ۴۹، واحد ۲۸ فکس: ۸۸۲۰ ۸۴۲۳ (۰۲۱) پیامک: ۳۰۰۰ ۴۵۲۵

تلفن: ۳۰۲۰ ۸۸۲۰ (۰۲۱) info@iranhvac.com www.iranhvac.com

فرخنده

۱۳۴۰



بیسکویت ۴ شهد و ۳ غله

آنچه خوبان همه دارند

[farkhondeh.biscuit](https://www.instagram.com/farkhondeh.biscuit)