

دکتر فرهاد سحرخیز شخصیت سال صنعت غذا در سال ۱۴۰۲ شد+ویدئو



فرهاد سحرخیز، رئیس هیئت مدیره گروه سحرخیز و رئیس کمیسیون سرمایه گذاری و تامین مالی اتاق بازرگانی خراسان رضوی، در نظر سنجی صورت گرفته از سوی ماهنامه کارآفرینی و صنعت غذا به عنوان **در سال ۱۴۰۲ برگزیده شد.**

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی "اگرو فود نیوز"، دکتر فرهاد سحرخیز، متولد یازدهم دی ماه ۱۳۵۵ در شهر مشهد است. وی دانش آموخته رشته مهندسی صنایع در مقطع کارشناسی و رشته مدیریت در مقاطع ارشد و دکترا می باشد. ایشان نسل سوم خانواده سحرخیز است که حرفه خانوادگی را در گروه زعفران سحرخیز دنبال می کنند. برند سحرخیز از سال ۱۳۱۳ تاسیس شد و از سال ۱۳۴۲ پس از فوت بنیانگذار این شرکت (پدربزرگ دکتر فرهاد سحرخیز)، دو پسر ایشان این حرفه را ادامه دادند و از دهه هفتاد با همکاری همسر، برادران (دکتر پیمان و دکتر فرزاد) و دخترعموی ایشان، نسل سوم نیز وارد این حرفه شدند.

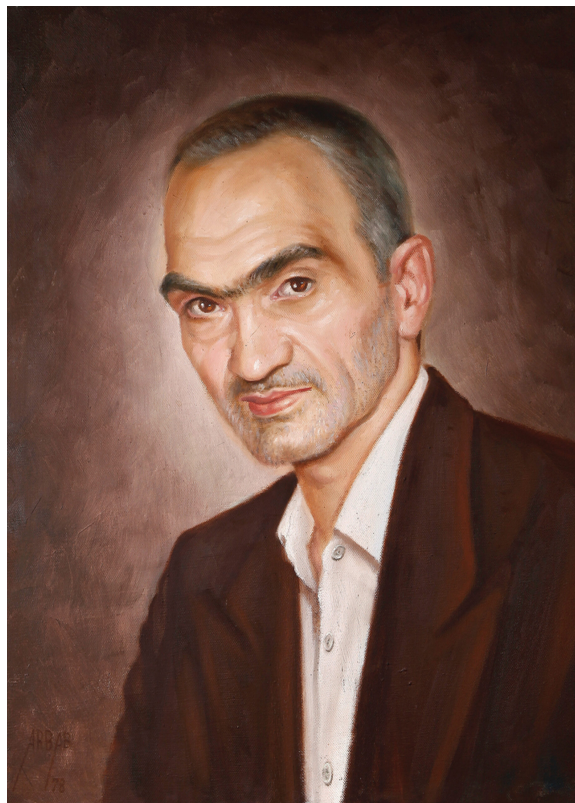


دکتر سحرخیز در اسفند ۱۴۰۱ در انتخابات اتاق بازرگانی به عضویت هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی خراسانی رضوی و به تبع آن اتاق بازرگانی ایران درآمد. او با انتخاب قاطع هیئت نمایندگان اتاق خراسان به ریاست کمیسیون سرمایه گذاری و تامین مالی اتاق خراسان رضوی رسید.

به بهانه انتخاب ایشان به عنوان شخصیت سال صنعت غذا، گفتگویی با این کارآفرین برجسته کشورمان انجام داده ایم که توجه خوانندگان عزیز را به آن جلب می‌کنیم:



اصلی ترین عاملی که عطاری پدربزرگ ما را به یک برند و نام قابل اعتماد برای مصرف‌کنندگان تبدیل کرد، نقش بسیار مهم پدر و عمویم از سال ۴۲ تا دهه هفتاد بود.



حاج محمد سحرخیز ، بنیانگذار شرکت سحرخیز نقش آنها در بازاریابی حضوری مسافرین شهر مشهد که مشتری فروشگاه سحرخیز بودند دارای اهمیت بسیار بود و این تلاش پایه گذار برند سحرخیز شد که پس از آن ما به عنوان نسل سوم این ارتباط را توسعه دادیم.

جوهره این موفقیت، تداوم کیفیت و احترام به شعور، فهم و درک مصرف کننده و برآورده نمودن انتظار طبیعی آنها برای محصول حساسی مانند زعفران و دیگر محصولات در آن سالها بود.

نکته مهمی که همواره به ما گوشزد می‌شد این بود که مشتری بهترین قضاوت‌کننده کیفیت است و پیش از رعایت هرگونه استاندارد توسط ما ، مشتری مقایسه‌کننده کیفیت محصولات می‌باشد. لذا تداوم و یکنواختی کیفیت و از طرف دیگر، یکنواختی رفتار با مصرف‌کننده جوهره اصلی موفقیت و محبوبیت برند سحرخیز بوده است.

در فروشگاه پدربزرگمان، سالها شاهد یک ارتباط عاطفی نزدیک، بین مصرف‌کنندگان محصولات سحرخیز با پدر و عمویم بودیم که این ارتباط به ما نیز به عنوان ادامه دهنده این حرفه منتقل شد و امروز مخاطبان ما نسل سوم مصرف‌کنندگان این برند هستند و امیدواریم این ارتباط نزدیک به نسل‌های بعدی نیز منتقل شود.

برای مشاهده ویدئو زیر را پلی کنید

مجموعه سحرخیز اولین برند ایرانی در صنعت غذا می‌باشد که خود را در ورطه آزمایش حضور در جشنواره طعم برتر (International Taste Institute) قرار داده است.

هر سال در کشور بلژیک رویدادی برگزار می‌شود که با فرآیندی بسیار دقیق، محصولات غذایی، بدون لیبل و تنها به روش تست محصول از لحاظ ماندگاری طعم مورد سنجش قرار می‌گیرند. محصولات به صورت داوطلبانه از سراسر دنیا ارسال می‌شوند و ۱۷۰ تا ۲۰۰ نفر از سرآشپزهای معروف دنیا، این محصولات غذایی را بدون آگاهی از برندشان مورد سنجش قرار می‌دهند (Blind Test) و معیار این سنجش، ماندگاری، ترکیب و مطلوب بودن طعم محصول برای مصرف کنندگان است و اینکه محصول زعفران، چای زعفرانی، نبات زعفرانی، دمنوش زعفرانی و پسته زعفرانی با بالاترین رده ۳ستاره مورد انتخاب قرار گرفت افتخار بزرگی برای کشورمان بود.

هر شرکت ایرانی در هر کجای دنیا افتخاری کسب کند، این افتخار برای کل صنعت غذا و مردم ایران است، زیرا مردم با حمایتشان از آن شرکت‌ها، تولیدکنندگان را به تحقیق و توسعه و پیشرفت سوق می‌دهند تا در صحنه‌های بین المللی کسب افتخار کنند و این اتفاقی بود که در سال‌های ۹۶ و ۹۷ برای شرکت سحرخیز و به تبع آن برای کشور و مردم ایران رقم خورد.

برای مشاهده ویدیوی زیر فیلترشکن را خاموش و روی مربع زیر فیلم کلیک کنید

در انتخابات اسفندماه ۱۴۰۱ این افتخار نصیب من شد که به عنوان نماینده بخش کشاورزی هیات نمایندگان اتاق بازرگانی خراسان رضوی و

به تبع آن هیات نمایندگان اتاق ایران انتخاب شدم که بار مسئولیت بزرگی بر دوش من نهاده شد.

کمیسیون های مشورتی اتاق های بازرگانی، بازوهای مشورتی هیات رئیسه اتاق هستند و بنده به دلیل تجربه و سابقه ای که در ایجاد و توسعه پیوند زعفران با بازار سرمایه داشتم مسئولیت کمیسیون سرمایه گذاری و تامین مالی اتاق را بر عهده گرفتم.

چند اقدام مهم از ابتدای شکل گیری کمیسیون انجام شده است که اولین آن تعامل با بورس کالای ایران، برای برنامه ریزی صحیح و تعریف مدل تک نماد شدن گواهی های زعفران در انبارهای بورس کالا بود.

اقدام دوم برنامه ریزی جهت همایش حضور کلیه ارکان بازار سرمایه کشور در شهر مشهد بود که این اتفاق در مردادماه ۱۴۰۲ روی داد و تمام روسای ارکان بازار سرمایه کشور در شهر مشهد حضور یافتند.

این رویداد با همکاری استانداری خراسان رضوی رقم خورد و ما میزبان این فعالین در اتاق بازرگانی مشهد بودیم.

دستآورد مفید این همایش یک روزه، ایجاد دفتر خدمات سرمایه گذاری و تامین مالی استان بود.

یکی از اهداف این کمیسیون، آشنایی فعالین اقتصادی استان با ظرفیت های بازار سرمایه با هدف آگاهی از ابزارهای متنوع تامین مالی است.

بازار سرمایه الزاما به معنی پذیرش شرکتها در بورس نمی باشد و ما تلاش کردیم در قالب جلسات مختلف با فعالین بازار سرمایه و حتی نمایندگان بانکها آنها را با ابزارهای تامین مالی جدید بیشتر آشنا کنیم.

از طرف دیگر، شرکتها در بخش سرمایه گذاری، ایجاد joint venture ها، ورود در قالبهای جدید سهامداری و به ویژه زمان مذاکرات و جذب سرمایه گذار خارجی نیاز به آموزش بیشتر دارند.

بدون در نظر گرفتن فضای فعلی کشور و با وجود اطلاع از موانع و سختی های موجود جهت ورود سرمایه گذاران خارجی، باید به منابع حقوقی و انواع روش های سرمایه گذاری اشراف داشته باشیم تا در زمان فراهم شدن امکانات، اتحادی استراتژیک و صحیح با سرمایه

گذاران داخلی و خارجی برقرار کنیم؛ بنابراین به عنوان هدف دیگر کمیسیون در این مسیر نیز برنامه ریزی می کنیم.

برای مشاهده ویدیوی زیر فیلترشکن را خاموش و روی مربع زیر فیلم کلیک کنید

سال ۱۴۰۲ را به هیچ عنوان سال خوبی برای تولید و اقتصاد کشور ارزیابی نکردم و در واقع این سال را مصداق جمله "هرسال دریغ از پارسال" دیدم. یکی از بزرگترین ضربه های وارد شده به تولید کشور، سیاست غلط انقباضی بانکها در مواجهه با تولید و تخصیص منابع به وام های تکلیفی به جای تخصیص آنها برای حفظ و توسعه تولید بود. وام هایی که به اذعان بانکها تضمینی به برگشت آنها نیز وجود ندارد و مصداق بارز پول پاشی بود.

به جای نگاه توسعه نگر و زیر بنایی به ایجاد اشتغال پایدار در کشور، نگاه سطحی و صرفا مکلف کردن بانکها برای تخصیص منابع به برخی وام های تکلیفی مانند ازدواج و... وجود داشت که متأسفانه این موضوع بیشترین آسیب را به تولید وارد نمود.

در واقع منابع مالی به جای آنکه صرف بازسازی و سرمایه گذاری جدید در واحدهای تولیدی شود، بیشتر باعث ایجاد تقاضا و بالا رفتن تورم گردید.

طبق آمار بانک مرکزی درحال حاضر نرخ مستهلک شدن سرمایه گذاری ها در بخش تولید از نرخ سرمایه گذاری جدید در این بخش بیشتر شده است و این به معنی مرگ زود هنگام تولید به علت عدم سرمایه گذاری جدید در آن است که در آینده خیلی نزدیک شاهد فرسوده و خارج شدن بسیاری از واحدها از چرخه تولید خواهیم بود زیرا سرمایه گذاری جدیدی در آنها با هدف تولید بهره ور و ایجاد کالاهای رقابتی شکل نگرفته است.

دخالت دولت و قیمت گذاری دستوری در سال ۱۴۰۲ به اوج خود رسید که تاثیر مستقیم بر کیفیت محصولات تولیدی داشت و بزرگترین آسیب را به بخش تولید وارد نمود.

موضوع تعهد یا رفع تعهد ارزی نیز آسیب بزرگی به صادرات کشور وارد کرد و صادرکننده اصلی، جای خود را به کارتهای یک بار مصرف و حتی به قاچاق کالا از کشور داد.

بطور مشخص در موضوع زعفران، بر اساس آمار موجود طی دو سال گذشته به جای صادرات از مبادی رسمی کشور تقریباً تا ماهی ده تن زعفران از کشور قاچاق شده است.

مشکلات عدیده‌ای در تولید و صنعت کشور وجود دارد که امیدوارم نمایندگان که به مجلس راه یافته‌اند با مفاهیم اقتصادی بخش تولید آشنا بوده و تولید و صنعت را از بن‌بستی که در آن گرفتار شده است، خارج کنند.

برای مشاهده ویدیوی زیر فیلترشکن را خاموش و روی مربع زیر فیلم کلیک کنید



در بخش صادرات، تامین مالی، واردات مواد اولیه، قیمت گذاری دستوری و توزیع کالا به شدت دچار چالش هستیم. صنعت غذا با نیاز روزمره مردم مرتبط است و کیفیت باید مهمترین دغدغه آن باشد. سیاست‌های دولت و قانون گذاران، کیفیت محصولات غذایی مورد نیاز نوزاد تا افراد مسن را تحت تاثیر قرار می‌دهد و با سیاست های غلط سالهای اخیر، به تغذیه سالم شهروندان توجه نشده است.

صنعت غذا نیز همچون سایر صنایع با قوانین خلق الساعه ای که هر روز شاهدش هستیم سخت ترین روزهای خود را می گذرانند.

برای مشاهده ویدئو زیر را پلی کنید



فروشگاه‌های زنجیره‌ای برای عرضه مستقیم محصولات غذایی برندهای مختلف در زمانی ایده خوبی بود، ولی از زمانی به بعد فروشگاه های زنجیره ای دچار انحراف از مأموریت اصلی خود شدند که شاید بخش زیاد آن اختیاری نبوده و نشأت گرفته از سیاست های غلط دولت بوده است.

به نظر اینجانب تعامل با فروشگاه‌های زنجیره‌ای در حال حاضر یک فرآیند معیوب و غیر بهره‌ور است که نیاز به اصلاح دارد تا کمک شایانی به چرخه تولید کند. اگر فروشگاه‌های زنجیره‌ای در دهه ۸۰ و ۹۰ عملکرد مثبتی داشتند بسیاری از برندهای صنعت غذا به دنبال تاسیس فروشگاه زنجیره‌ای خود نبودند.

تمام تولیدکنندگان صنعت غذا، نمی‌توانند به راحتی در این فروشگاه‌ها جایگاه داشته باشند و حتی در صورت حضور نیز تحت شرایط سخت قرار می‌گیرند. تا زمانی که در زنجیره تامین یک کالا، تمام اجزا منتفع نشوند، پایداری و موفقیت حاصل نمی‌شود که این امر یا منجر به نابودی تولیدکننده می‌شود و یا فروشگاه زنجیره‌ای از ادامه فعالیت باز می‌ماند و قادر به ادامه رقابت نخواهد بود.

دخالت‌های دستوری دولت به این زنجیره آسیب زده است و در حال حاضر ارتباط بین بخش تولید و فروشگاه‌های زنجیره‌ای ارگانیک منفعتی برای طرفین ندارد.

برای مشاهده ویدئو زیر را پلی کنید

جایگاه ایران به عنوان بزرگترین تولیدکننده زعفران تثبیت شده است که همه دنیا نیز به آن آگاهی دارند ولی در حقیقت جایگاه آن به عنوان یک تولیدکننده مانند یک کشاورز است، البته جایگاه بدی نیست و حفظ همین جایگاه نیاز به برنامه‌ریزی، دقت و مراقبت دارد تا همین جایگاه نیز از دست نرود ولی رقبای دیرینه اروپایی که تولیدکننده زعفران با حجم زیاد بودند جایگاه ویژه‌تری در بخش برندینگ و بازار ریتیل زعفران داشتند و دارند.

اعتقاد من بر این است که یک کشور قرار نیست در عرصه بین‌المللی یک محصول و در همه بخش‌های زنجیره تامین حضور داشته و موفق باشد. باید بپذیریم که در زنجیره بین‌المللی تامین زعفران ایران، نقش ما پرداختن به بخش کشاورزی و تولید است. به عنوان بزرگترین تولیدکننده زعفران دنیا باید تلاش کنیم جایگاهمان را در تامین حفظ کنیم، در شرایطی که حفظ این جایگاه باید برای کشاورزان ایرانی به اندازه کافی سودآور باشد و این سودآوری به این معنی نیست که با کشورهای بزرگ اروپایی برای فروش محصول خود رقابت کنیم.

باید بررسی شود که اطلاع ما از برندینگ بین المللی به چه میزانی است و چقدر سرمایه در اختیار داریم. علاوه بر این سیاست‌های خارجی کشور در راستای معرفی محصول ایرانی به کشورهای خارجی نیز باید بررسی شود. بنابراین با وجود چنین واقعیاتی ما باید همه تلاش خود را برای حفظ ارتباط با برندهایی که بیشتر از ۱۵۰ سال در بازارهای ریتیل دنیا حضور داشتند انجام دهیم.

مزیت‌های رقابتی خود را با رقبای جدیدی که به بخش کشاورزی زعفران وارد شده‌اند از دست ندهیم. هدف باید ایجاد بیشترین سود از صادرات زعفران به کشاورز ایرانی باشد که این امر باید با خردورزی و برنامه‌ریزی صحیح انجام شود.

افزایش راندمان کشت در هکتار، افزایش کیفیت زعفران و تولید زعفران ارگانیک کلیدی‌ترین عوامل در حفظ جایگاه بزرگترین تولیدکننده زعفران در دنیا است که ما را در بخش کشاورزی نیز دارای مزیت می‌کند.

در زمینه تولید زعفران دیدگاه من به کشور افغانستان بسیار مثبت است. کشور ما شرایط اقلیمی و فرهنگی بسیار مشترکی با افغانستان دارد. باید از پتانسیل ظرفیت‌های مشترک با افغانستان برای ورود به بازارهای جدید، برای ورود به بازارهایی که ایران قادر به فروش زعفران در آنها نیست و شاید از طریق تجار افغانی انجام شود و کشت فراسرزمینی استفاده کنیم.

با استفاده از این فرصت‌ها، باید نقایص موجود در حلقه تجارت بین‌المللی که به آن دچار هستیم را در قالب قراردادهای مشترک و joint venture با کشور افغانستان رفع کنیم.

در حال حاضر زعفران ایرانی از مسیر افغانستان به کشورهای که ما روابط سیاسی با آنها نداریم و یا قادر به حذف تعرفه واردات زعفران به آن کشورها نبودیم، وارد می‌شود. بنابراین افغانستان استراتژیک‌ترین شریک تجاری در توسعه صادرات زعفران ایران به دنیا است.

برای مشاهده ویدیوی زیر فیلترشکن را خاموش و روی مربع زیر فیلم کلیک کنید



قیمت زعفران مانند هر کالای دیگری بر اساس عرضه و تقاضا در کل زنجیره تامین تعیین می‌شود. هر بخشی اعم از کشاورزی و تولید که در ایران صورت می‌گیرد یا بسته بندی، ری اکسپورت و برندینگ که شرکت‌های مستقر در اروپا انجام می‌دهند و یا در بخش عرضه در سوپر مارکت و فروشگاه های زنجیره ای دنیا همگی بر اساس عرضه و تقاضا و در نظر گرفتن سود خود تعیین قیمت می‌کنند.

یک گرم زعفران در ایران ۸۰ هزار تومان است ولی در فروشگاه زنجیره ای در کانادا یک گرم زعفران ۱۰ دلار به فروش می‌رسد و این تفاوت قیمت به معنی سود زیاد برای کشور واسطه نیست.

امسال در ایران قیمت زعفران نسبت به سال گذشته بیش از دو برابر شده بود که به دلیل کاهش تولید ناشی از شرایط اقلیمی نامناسب و افزایش تقاضای این محصول بود.

واحدهای صادرکننده زعفران در ایران نیز به عنوان عرضه کننده در مقابل تقاضای شرکت‌های اروپایی دچار مقوله عرضه و تقاضا میشوند.

به عنوان مثال یک شرکت اروپایی حداقل ساعتی بین ۱۶ تا ۲۰ یورو بابت بسته بندی هزینه پرداخت می‌کند و با در نظر گرفتن دیگر هزینه ها و به عنوان عرضه کننده محصول بسته بندی شده به فروشگاه‌های زنجیره ای، بر روی محصول نهایی قیمت گذاری می‌کند.

این امکان وجود دارد که زعفران به مدت ۵ یا ۶ ماه در شلف فروشگاه های زنجیره ای دنیا باقی بماند؛ پس فروشگاه با در نظر گرفتن سود بالا برای این محصول خواب چند ماهه زعفران را جبران می‌کند؛ زیرا هر سانتیمتر از شلف فروشگاه‌های بین المللی دارای قیمت و ارزش است و به این علت زعفران در فروشگاه‌های خارجی به مبلغ ۱۰ دلار برای هر گرم قیمت گذاری می‌شود.

صندوق سرمایه‌گذاری کالای کشاورزی گروه سحرخیز به عنوان اولین صندوق کالای کشاورزی کشور در دی ماه ۱۴۰۰ به ثبت رسید.

اقدام به تاسیس این صندوق تکمیل کننده مسیری بود که از سال‌های گذشته اتفاق افتاد و زعفران با بازارهای سرمایه از طریق ایجاد

انبارهای بورس کالا پیوند خورد. همواره گروه سحرخیز بر این تفکر بوده تا با استفاده از پتانسیل‌های بازار سرمایه از این محصول حمایت کند.

ایجاد انبارهای بورسی زعفران نقطه آغاز بود و تعامل با بورس کالا از اواسط دهه ۹۰ صورت گرفت و در نهایت در سال‌های ۹۶ و ۹۷ انبارهای بورس کالا تاسیس شدند و استاندارد سختگیرانه برای پذیرش زعفران تعیین شد تا زعفران در انبار، به یک گواهی سپرده قابل معامله تبدیل شود.

این رویداد تاثیرگذار، منجر به اطمینان خاطر صادرکنندگان شد که همواره در انبارهای بورسی، زعفرانی وجود دارد که با کیفیت بالا پذیرش شده است و صادرکننده می‌تواند برای تامین نیاز صادراتی خود، کل زعفران مورد نیاز خود را یکباره از انبار خریداری کند.

برخی از انبارهای بورسی با بی دقتی در پذیرش زعفران و بی نظمی در مدیریت انبار به برند انبارهای بورس آسیب زده اند ولی انبارهایی نیز مانند انبار سحرخیز بسیار در پذیرش زعفران سختگیرانه عمل می‌کند.

امروز شاهد هستیم که گواهی سپرده زعفران سحرخیز در کنار دو یا سه گواهی سپرده انبارهای دیگر با اختلاف قیمت مناسب توسط صادرکننده‌ها و فعالین بازار سرمایه خریداری می‌شود.

پس از شکل گیری انبارها، ابزار خرید و فروش آتی زعفران توسط بورس کالا راه اندازی شد که این اقدام بورس کالا جهت تکمیل ابزارهای فروش زعفران جای قدردانی دارد.

در نهایت تکمیل کننده زنجیره خرید و فروش زعفران، ایجاد صندوق سرمایه‌گذاری بود. صندوق سرمایه‌گذاری کالایی که بطور اخص به صندوق کالای کشاورزی تبدیل شد، سهم‌هایش را به سرمایه‌گذاران می‌فروشد و کالاهای کشاورزی را خریداری و عرضه می‌نماید.

محصولات صندوق کالای کشاورزی فقط محدود به زعفران نیست و شامل محصولات کشاورزی همچون زیره سبز، برنج و خرما که مانند زعفران انبارهای بورس دارند و گواهی سپرده برای آنها تعریف شده نیز می‌شود.

در بازه زمانی ۴ سال حدود صد میلیون سهم در این صندوق به معرض

فروش گذاشته شد که با استقبال زیاد سرمایه‌گذاران رو به رو گردید و به عنوان یک ابزار جدید، کار خود را آغاز نمود.

یکی از بازیگران اصلی این زنجیره زعفران است و در زمان‌های لازم، صندوق با خرید محصول، نقش تاثیرگذاری در افزایش قیمت‌ها و تحریک بازار داشته است.

برای مشاهده ویدئو زیر را پلی کنید

طی چند سال گذشته یکی از اصلی‌ترین نگاه‌های مجموعه سحرخیز به موضوع زعفران، آموزش و مباحث مختلف علمی در زمینه این محصول بوده است. امروزه نگاه گروه سحرخیز به زعفران بعنوان یک محصول از خانواده بزرگ گیاهان دارویی است و ایجاد مرکز علمی کاربردی گروه یک نگاه آرمانی، رسالتی و عاشقانه است.

به عنوان واحدی که دارای سابقه طولانی و تجربه بسیار در تامین، تولید، صادرات، فروش داخلی و بازاریابی زعفران داشته‌ایم رسالت خود می‌دانیم که این تجارب را به دیگران نیز منتقل کنیم و در جهت دستیابی به این هدف، تاسیس دانشگاه علمی کاربردی موثرترین اقدام بود.

با تاسیس دانشگاه، این موضوع که صنعت با در اختیار داشتن واحد آموزشی مختص به خود، قادر به آموزش جوانان علاقمند خواهد بود پیگیری می‌شود. نکته قابل توجه آنکه، بسیاری از برندهای مطرح دنیا نیز صاحب دانشگاه هستند.

بهترین مکان برای آموزش نیروهای انسانی متخصص و انتقال فرهنگ سازمانی، دانشگاه‌هایی است که در کنار علم، تجارب کاری توسط خود کارآفرینان و تولیدکنندگان به علاقمندان آموزش داده می‌شود.

دانشگاه سحرخیز تنها واحد علمی کاربردی در استان است که به جز رشته زعفران و رشته مهندسی گیاهان دارویی، در زمینه آموزش رشته‌های کشاورزی را نیز فعالیت دارد. پس از کسب تجربه و مهارت گروه سحرخیز در بازار سرمایه و صندوق کالا، رشته‌های بورس و بیمه

نیز جهت تدریس به فعالیتهای آموزشی این مرکز علمی کاربردی افزوده شد که باعث ارتقا جایگاه زعفران و گیاهان دارویی در بخش علمی شد.

از خاطرات فراموش نشدنی اینجانب آن است که، خبر افتتاح دانشگاه مرکز علمی کاربردی سخرخیز را گوینده خبر خراسان اینگونه اعلام کرد: "زعفران صاحب دانشگاه شد".

بدون تردید، اعلام این خبر باعث افتخار برای تمام فعالین صنعت زعفران بود و این افتخار محدود به برند سخرخیز نبود.

برای مشاهده ویدئو زیر را پلی کنید

در حال حاضر متوسط برداشت زعفران در هکتار به صورت سنتی بخش کشاورزی به میزان ۵/۳ تا ۴ کیلوگرم می باشد و این مهم ترین نکته ای است که باید به آن توجه کرد، زیرا این مهم جهت افزایش میزان سودآوری در این بخش دارای اهمیت بسیار است.

در مزارع نمونه سخرخیز، توسط دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی سخرخیز در هر هکتار ۱۲ کیلوگرم برداشت زعفران صورت گرفته است. البته لازم به ذکر است که کشاورزان نمونه کشور به ویژه در استان خراسان در هر هکتار تا ۱۸ کیلوگرم نیز برداشت کرده اند. این اختلاف فاحش به معنی از دست دادن فرصت رقابت و سودآوری بیشتر است. وقتی برای برداشت زعفران از هر هکتار، به یک میزان برای آب، خرید پیاز، آماده سازی و مراقبت از زمین هزینه میشود، توجیه پذیر نیست که به جای ۱۷، ۱۸ یا حتی ۱۰ کیلوگرم، فقط ۴ کیلوگرم برداشت انجام شود و پس از آن کشاورز را به صادرکننده بدبین کرده و یکدیگر را در میزان پایین سود او مقصر بدانیم. پس هیچ گریزی جز افزایش بهره وری و راندمان تولید در هکتار نیست.

با توجه به منابع محدود آب در کشور، بالا بودن هزینه های کارگری، نهاده ها و قیمت کود باید با آموزش، راندمان را در سطح زیر کشت افزایش داد که بدون تردید این هدف غیرقابل دسترس نیست. انتخاب پیاز مناسب و به کار بردن روش های کشت جدید، از جمله آموزش های در حال انجام مرکز علمی سخرخیز است.

مرکز علمی کاربردی به افزایش راندمان سطح کشت کمک می‌کند تا با هزینه‌های جاری و در سطح کشت مشخص، تولید بیشتری صورت گیرد تا سود بیشتری نیز نصیب کشاورز شود.

برای مشاهده ویدیوی زیر فیلترشکن را خاموش و روی مربع زیر فیلم کلیک کنید

من در خانواده ای به دنیا آمدم که دوران کودکی و جوانی را به همراه اعضای خانواده ام از جمله پدر و عمویم، دو برادرم ، همسرم، خواهر همسرم که دختر عموی بنده هستند، از بسیاری از لذت ها مثل مسافرت در ایام نوروز و مناسبت ها به دلیل شغلی که داشتیم، محروم بودیم و سر سفر ناهار و شام همیشه صحبت زعفران بود .

در چنین خانواده ای بعد از پایان یافتن تحصیلات کارشناسی ، وقتی به مشهد برگشتم، برایم محسوس بود که چقدر شرایط زعفران فرق کرده است، و فردی به معنای واقعی عاشق و و طن پرست خیلی برای زعفران ایران زحمت کشیده است. و خیلی بی انصافی بود که به خاطر اینکه همکار و رقیبم بود این زحمات را نادیده بگیرم. و احساس مس کنم آنقدر زرنگ بودم که خود را از رفاقت و آموختن از ایشان محروم نکنم.

ما همدیگر را از صمیم قلب دوست داریم، ما یاد گرفتیم مثل یک بازیکن پرسپولیس و استقلال با هم پیراهن تیم ملی را بپوشیم و برای زعفران ایران در عرصه جهانی در کنارهم بجنگیم . شرایطی بود که یادمان میرفت شرکت سحرخیز است یا نوین زعفران. فقط می دانستیم یک علی یا فرهاد است که پرچم زعفران ایران را در ژاپن یا چین بالا ببرد. ما همیشه در موفقیت های یکدیگر در کنار هم بودیم و بارها برای هم دست زده ایم.

برای مشاهده ویدیوی زیر فیلترشکن را خاموش و روی مربع زیر فیلم کلیک کنید

سخن آخر اینکه ما همه فرزندان ایران و بخشی از اقتصاد و کشاورزی کشور هستیم. کارآفرینانی که با ایجاد اشتغال و تولید محصولات با

کیفیت، ارزشی را برای کشور و افتخاری برای ایران در سطح دنیا کسب کرده اند سربازان وطن هستند.

به امید آنکه دولت، حاکمیت و مجلس، اقتصاد کشور را به ویژه آن بخشی که حمایتگر و تسهیلگر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی است را مورد حمایت قرار دهند و بر این باور باشند که در بخش های صنعت، بازرگانی و کشاورزی، وضع قوانین صحیح و اجرای عادلانه قوانین، به دور از هرگونه رانت و تبعیض، می تواند دلگرم کننده فعالان اقتصادی کشور و کارآفرینان باشد. آنان که با اشتغال زایی، ایجاد برند و متعهد بودن نسبت به آن برند باعث افتخارآفرینی شده اند.

امیدوارم با تصمیمات صحیح و تعامل با دنیا و پذیرش FATF کشور را از شرایط فعلی خارج کرده و با جذب سرمایه‌گذار خارجی و توسعه، از تکنولوژی روز دنیا استفاده کنیم.

چنانچه هدف ما درخشش نام ایران در بخشهای مختلف در جهان است و قصد داریم سهمی در اقتصاد دنیا داشته باشیم ، باید از داخل کشور شروع کنیم. اتخاذ سیاستهای مناسب اقتصادی و مشورت و دخالت دادن بخش خصوصی در تصمیم گیری‌ها در این زمینه دارای اهمیت بسیار است.

این ظرفیت در بخشهای مختلف کشور وجود دارد که مجلس و دولت، از بخش خصوصی همفکری و یاری بگیرند و تلاش فعالان اقتصادی لایق توجه بیشتر است.

تولیدکنندگان این کشور همه ایرانیانی هستند که قلبشان برای این کشور و جوانان آن می‌تپد و بسیاری از آن ها فرصت سرمایه‌گذاری و فعالیت اقتصادی با شرایط مناسب‌تر در کشورهای خارجی و همسایه نظیر ترکیه و امارات را داشتند ولی ماندند و تولید و تلاششان را در این کشور حفظ کردند، زیرا اعتقادشان ساختن ایران است و سال‌ها به این مسئله افتخار کردند و افتخار هم خواهند کرد.

برای مشاهده ویدیوی زیر فیلترشکن را خاموش و روی مربع زیر فیلم کلیک کنید

گفتنی است پیش از این و در سال ۱۳۸۹ آقای غلامعلی سلیمانی بنیانگذار گروه صنایع غذایی کاله، سال ۱۳۹۰ آقای دکتر مرتضی سلطانی بنیانگذار گروه صنعتی زر، سال ۱۳۹۱ آقای فردین عالیزاد رئیس هیئت مدیره گروه صنعتی عالیفرد (سن ایچ)، سال ۱۳۹۲ آقای احمد فتح الهی بنیانگذار شرکت سبزی ایران (سبزان) ، سال ۱۳۹۳

آقای احمد صادقیان رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت تک ماکارون و درازه، سال ۱۳۹۴ آقای دکتر مهدی کریمی تفرشی مدیر عامل شرکت گلها، سال ۱۳۹۵ آقای مهندس علی شریعتی مقدم مدیر عالی گروه بین الملل نوین زعفران، سال ۱۳۹۶ آقای مهندس بزرگمهر دادگر مدیر عامل شرکت دوشه آمل (هراز)، سال ۱۳۹۷ آقای صمد رسولی بنیس مدیر عامل شرکت درنا، سال ۱۳۹۸ آقای مهندس عبدالله قدوسی مدیرعامل اسبق شرکت صنایع شیر ایران (یگانه) و فعلی شرکت لبنیات پاک، سال ۱۳۹۹ آقای حسین مصطفی‌زاده مدیر هلدینگ بیژن، سال ۱۴۰۰ خانم دکتر مریم تاج آبادی ابراهیمی مدیرعامل شرکت تک ژن زیست و سال ۱۴۰۱ آقای مهندس جمال رازقی جهرمی مدیرعامل شرکت ستاره یخی آسیا (برند ب آ) بر اساس انتخاب خوانندگان ماهنامه صنعت غذا شخصیت برتر سالهای ۱۳۸۹ تا ۱۴۰۱ معرفی شدند.

کارآفرینی و صنعت غذا
ماهنامه خبری تحلیلی و صنایع غذایی

فروردین ماه ۱۴۰۳ - شماره ۶۶ دوره جدید (۱۷۱) - قیمت ۷۰۰۰۰ تومان

دکتر فرهاد سحرخیز
مدیرعامل گروه سحرخیز
شخصیت سال صنعت غذا
در سال ۱۴۰۲ شد

لوگوهای برندها: Coca-Cola, Fanta, Sprite, Mr. STAR, دوجان, ویلورا, Zعفران, ۶۱-۴۲

لوگوهای دیگر: خوشاب, سال نو مبارک