

گفتگو با مهندس محمد اسماعیل قدس رئیس هیئت مدیره شرکت کدبانو (دلپذیر) و پخش پگاه (دارنده لقب و مدال شوالیه صنعت پخش از کشور بلژیک)+ویدئو



محمد اسماعیل قدس از چهار های تاثیرگذار و ماندگار دو صنعت غذا و صنعت پخش است که علاوه بر افتخارات فروان در این صنایع با ایجاد تحول در صنعت پخش کشور، تنها دارنده لقب و مدال شوالیه را در صنعت پخش را از کشور بلژیک برعهده دارد.

گروه رسانه ای اگرو فود نیوز (صنعت غذا و کشاورزی) مصاحبه ای را بصورت ویدئویی و تصویری با رئیس هیئت مدیره شرکت کدبانو با برند دلپذیر و همچنین پخش پگاه صورت داده که توجه خوانندگان و بینندگان عزیز را به آن جلب می‌کنیم:

برای دیدن فیلم مصاحبه ویدئوی زیر

پلی کنید

موضوع: درخواست همکاری در تولید و توزیع محصولات غذایی
موضوع: درخواست همکاری در تولید و توزیع محصولات غذایی

آقای مهندس قدس برای مقدمه لطفا کمی از خودتان و نحوه شکل گیری شرکتهای پخش پگاه و دلپذیر برای خوانندگان نمان بفرمائید:

متولد سمنان هستم و دیپلم ریاضی را هم در همین شهر گرفتم. فارغ التحصیل دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران در سال ۱۳۵۱ هستم. در اسفند ۵۲ در شرکت مینو استخدام شدم، تا سال ۶۲ در همین شرکت بودم و آخرین سمت من در مینو مدیرکل فروش ایران بود. سپس به اتفاق سه نفر از دوستان و همکارانم در شرکت مینو، شرکت پخش پگاه را در سال ۱۳۶۲ تاسیس کردیم و توزیع لبنیات بخشی از شهر تهران را به عهده گرفتیم که با شرکت های شیر پاستوریزه تهران، لبنیات پاک، می ماس و اداره کل بازرگانی استان تهران در خصوص توزیع پنیر و کره کوپنی همکاری کردیم. در سال ۱۳۶۹ قرارداد توزیع را رها و توزیع محصولات شرکت های کوچک بخش خصوصی را شروع کردیم و چون کمبود تولید را در توزیع محصولاتمان حس می کردیم در سال ۱۳۷۰ شرکت کدبانو با برند دلپذیر که آن موقع برند ناشناخته ای بود را خریدیم. این شرکت دو خط داشت که در یکی از خط ها کمپوت و کنسرو و در خط دیگر مربا تولید می کرد و محصولات دیگری نداشت ولی شرکت خوبی بود و پایه و اساس داشت، بنابراین در آن اقدامات تولیدی زیادی انجام دادیم و تحقیقات زیادی روی آن صورت دادیم و پخش محصولات آن را توسط پخش پگاه انجام دادیم.

همه گیری کووید ۱۹ و تاثیر آن در تولید و فروش محصولات صنایع غذایی را چگونه ارزیابی می فرمائید:

اگر بخواهم در خصوص تولیدات خودمان بگویم، اگر به مشکل مواد اولیه و بسته بندی بر نخوریم اثر افزایشی داشته است و فروش بیشتری هم داشتیم و تاکنون هم سعی بر این بوده که با کمبود مواد اولیه مواجه نشویم. بنابراین در این دو سال افزایش وزنی و حجمی محصولات دلپذیر را در کشور داریم. چرا که مردم در این همه گیری اکثراً

خانه نشین شده اند، از گردشگری و میهمانی پرهیز می کنند و به دنبال تنوع زندگی در خانه هستند. یکی از تنوعات استفاده از محصولات غذایی و خوراکی گوناگون است و این باعث می شود محصولات غذایی بیشتری مصرف شود. لذا محصولات ما افزایش داشته و شاهد رشد هستیم ولی از سایر شرکتها بی اطلاع.



تحریمها چه تاثیری در تولید و صادرات داشته است؟

در اینکه بگوئیم تحریمها اثرگذار نیست، واقعیت ندارد. ولی اینکه بگوئیم تحریمها باعث شده ماشین آلات و مواد اولیه نتوانیم وارد کنیم این هم نادرست است. تحریم به خصوص تحریم پولی، باعث دو اتفاق در مورد قیمت تمام شده می شود، اول اینکه پول با نرخ بالاتری در واردات جابجا می شود چرا که معمولاً ۱۰ تا ۱۵ درصد هزینه جابجایی پول است. برای اینکه مواد اولیه ای را از کشوری وارد کنید نمیتوان مستقیم به آن کشور پول داد. باید پول را به کشور دیگری که شدنی است بفرستیم و از آنجا به کشور دیگر، سپس کشور دوم یا سوم، که در نهایت به کشور اصلی بفرستند و هر کدام از اینها سه الی چهار درصد مزد می گیرند و در نهایت قیمت تمام شده ده

الی پانزده درصد به دلیل هزینه‌ی جابجایی پول بیشتر می‌شود.

مسئله‌ی دوم پروسه زمان طولانی می‌شود به عنوان مثلاً اگر قرار بوده کالایی دو ماهه وارد شود، این دفعه پنج ماهه وارد می‌شود. آن سه ماه هم با توجه به آن پولی که این وسط وجود دارد باعث می‌شود قیمت تمام شده‌ی مدت زمان برای پول هم در قیمت تمام شده اثرگذار باشد و آنرا افزایش می‌دهد.

سومین عاملی که در تحریم مطرح است در خیلی از موارد به دلیل اینکه فاصله سفارش تا دریافت کالا به دلایل مختلف زیاد می‌شود ممکن است سفارش غلط باشد و با کاهش مواد اولیه و بسته‌بندی مواجه شویم. لذا حتی اگر در کالایی نیم درصد مواد اولیه‌تان در فرمول محصول نهایی باشد، تولید آن کالا متوقف می‌شود و این باعث می‌شود در یک جاهایی تولید را از دست بدهید. بنابراین اثر این چه در بالا رفتن قیمت تمام شده و یا عدم تولید باعث از دست دادن مشتریان می‌شود.

اثرات تورم در حال حاضر همین است. به تبع این حرف‌ها هم قیمت بالا رفته و هم ممکن است یک زمان‌هایی اجناسی را نداشته باشیم و بنابراین در سفارش‌ها معطل این دو عامل باشید. قیمت تمام شده زیاد در مورد صادرات به دلیل اینکه دلار هم زمان با آن بالا می‌رود زیاد اثرگذار نیست برای اینکه قیمت دلاری کالا تقریباً ثابت می‌ماند. ولی نبودن کالا و پایدار نبودن صادرات در مقابل مشتریان خارجی که موقعیت تحریم ایران را درک نمی‌کنند اثرگذار است. در مورد وجه هم هیچ بانکی پول را قبول نمی‌کند یا ناچاریم ریالی بگیریم و یا خود دلار را بگیریم و دلار را به بانک بدهیم و از آن ریال بگیریم که اموراتمان را بگذرانیم. ولی به هر حال دلپذیر هم در صادرات نسبت به سال‌های قبل توسعه داشته و هم اینکه تعهدات ارزی‌اش را تاکنون همه را انجام داده است و تعهدات ارزی معوق هم ندارد.

همکاری کارخانجات مواد غذایی با فروشگاه‌های زنجیره‌ای را چگونه ارزیابی می‌فرمایید؟ آیا با این فروشگاه‌ها تعاملی دارید؟

حقیقتش خیر تعاملی نداریم به این معنا نیست که با برخی از فروشگاه‌ها کار کنیم یا خیر. ولی واقعیت این است که استقبال آنچنانی از حضور در فروشگاه‌های زنجیره‌ای نمی‌کنیم به دلیل اینکه این فروشگاه‌ها بر خلاف شعاری که مبنی بر دادن تخفیف است، قیمتشان

بصورت غیر عادی گران است و یکی از دلایل گرانی سبد زندگی FMSG فروشگاه‌های زنجیره‌ای است. دلیلش هم این است که طبق ضابطه سازمان حمایت تولیدکننده می‌بایست ۱۵ درصد، پخش‌ها ۱۰ درصد و مغازه‌ها و فروشگاه‌ها باید ۱۵ درصد سود بگیرند. در حالی‌که فروشگاه‌های زنجیره‌ای ۱۵ درصد سود مغازه دار، یعنی عملاً ۱۳ درصد از قیمت مصرف کننده. در حالیکه هیچ فروشگاه زنجیره‌ای اگر زیر ۲۵ تا ۴۰ درصد از قیمت مصرف کننده را تخفیف ندهید، حاضر به خرید نیست. در این حالت یا باید به این موضوع تن دهید یعنی قیمت را گران کنید به جای اینکه کالایی را ۱۰۰ تومان بفروشید، به ناچار ۱۶۰ تومان بفروشید تا بتوانید تامین آن را انجام دهید یا از آن بگذرید. چون در مجموع طبق آخرین آماري که وجود دارد سهم کل فروشگاه‌های زنجیره‌ای در اقتصاد کشور ۱۲ درصد است، لذا تولیدکننده مجبور می‌شود ۸۸ درصد بقیه سهم را به جای ۱۰۰ ریال، ۱۶۰ ریال قیمت بزند چرا که درج قیمت مصرف کننده روی بسته بندی اجباري است پس تولیدکننده ناچار است ۱۰۰ را ۱۶۰ بفروشد که فروشگاه بتواند بین ۲۵ تا ۴۰ درصد تخفیف دهد و عملاً آن تخفیف را از جیب مصرف کننده می‌دهد. به همین دلیل ما رضایت چندانی نداریم که به فروشگاه زنجیره‌ای جنس دهیم. اخیراً شنیدم که وزیر جدید صمت پیشنهاد داده است همه شرکت‌ها به جای اینکه قیمت مصرف کننده را روی محصولات درج کنند، قیمت فروش درب کارخانه را ثبت کنند. شاید این راهی باشد که فروشگاه‌ها مجبور شوند سود معقول بگیرند و باعث افزایش قیمت مصرف کننده نشوند.



حضرتعالی با توجه به حساسیتی که بر روی مواد اولیه مورد استفاده محصولاتتان دارید، این نگاه شما چه تاثیری در واحدهای کنترل کیفی و همچنین تحقیق و توسعه دلیذر دارد؟

اجازه بدهید که اصلاح کنم، کنترل کیفیت و تحقیق و توسعه دو بخش مجزاست. درست است که این دو واحد در نهایت به یکدیگر مرتبط می‌شود ولی سؤال مطرح شده بیشتر به کنترل کیفیت ارتباط دارد. ما زمانی که چه دلیذر را خریدیم و چه زمانی که پخش پگاه را ایجاد کردیم، در زمان جنگ که توزیع شیر، لبنیات، پنیر و کره را برعهده داشتیم وسهمیه بندی بود یک گرم جنس را جابجا نمی‌کردیم. یعنی کیفیت فقط در محصول نیست بلکه ارائه خدمات هم وجود دارد که خود این ارائه خدمات باعث شد که ما را بعنوان یک شرکتی که کیفیت پذیر هستیم و کیفیت را پی‌گیری می‌کنیم بشناسند. وقتی که کارخانه را خریدیم اولین حرفمان این بود که ما باید روی کیفیت کار کنیم و بهترین کیفیت را ارائه دهیم و برآن مبنا که کیفیت خوب می‌دهیم قیمتمان هم مناسب باشد و این دوعامل باعث شود که در مورد محصولات ما شناخت حاصل شود که الحمدالله این اتفاق افتاده است. ما در مورد

خرید و تامین مواد اولیه و یا مواد بسته بندی حساسیت عجیب و غریبی داریم و اگر جنسی را می‌خرند اولاً از بهترین تامین کننده‌های کشور و یا حتی جهان می‌خریم.

دوماً هر جنسی که وارد کارخانه می‌شود ابتدا وارد انبار قرنطینه شده، آزمایشگاه نمونه برداری می‌کند، اگر بر اساس کیفیت تعیین شده ای که داشتند، بود اجازه ورود کالا به انبار مواد اولیه و سپس بسته بندی را می‌دهند در غیر این صورت برمی‌گردانند. در خط تولید هم هر خطی یک مسئول کنترل کیفیت دارد که روزی چندین بار و در بچ‌های مختلف نمونه می‌گیرند و مورد آزمایش قرار می‌گیرد اگر مطابق با استاندارد تولید نباشد خط را متوقف و یا اصلاح می‌کنند. در بخش سوم بعد از آنکه محصول ساخته شد دوباره کالا به انبار محصول نمرود بلکه به انبار قرنطینه محصول منتقل می‌شود. هر کالایی برای خودش یک مدت زمان قرنطینه دارد بعنوان مثال کنسرو یا رب حداقل ۱۰ روز و سسرها بر حسب نوعشان یک تا دو روز است. بنابراین در آن زمان از محصول ساخته شده نمونه برداری و آزمایش صورت می‌گیرد که پس از تائیدیه اجازه ورود به انبار محصول و فروش کالا را می‌دهند. بعد از این مراحل هم اگر موردی گزارش شود که محصولی اشکال دارد بلافاصله مسئولین فروش ما وظیفه دارند نمونه گیری انجام دهند و به آزمایشگاه بفرستند و بعد از کنترل دلیل ضایع بودن را مشخص می‌کنند و بلافاصله اجازه مرجوع کردن کلیه محصولات در آن بچ تولیدی به کارخانه داده می‌شود. بنابراین ما مراحل بسیار بسیار سختگیرانه و پیچیده‌ای در مورد کیفیت محصول داریم و همه هم می‌دانند دلپذیر یعنی کیفیت. من تا به حال ندیده‌ام کسی راجع به دلپذیر حرفی بزند و از کیفیت آن گله داشته باشد. هر جا صحبت از دلپذیر می‌شود از کیفیت بی‌نظیر آن یاد می‌کنند.

در چند سال اخیر شعارهای سال در جهت حمایت از تولید است، با روی کارآمدن دولت سیزدهم که محور شعارهایش اقتصادی بوده، از صنایع کشور تا چه میزان حمایت صورت گرفته است؟

تنها چیزی که حس کردم، کسانی که سر کار آمده‌اند را مثبت می‌بینم. یعنی اگر حرفی به آنها زده می‌شود، گوش می‌کنند و سعی می‌کنند پی‌گیری کنند. ضمن اینکه گیر ما مدیران رده اول نیستند و بیشتر افراد رده‌های پایین‌تر جامعه در ادارت مختلف هستند. بعنوان

مثال در بانک کشاورزی که در آن حساب داریم در مورد زمین ما از اداره ثبت البرز استعلام کرده بودند و اداره ثبت البرز از اداره اوقاف استعلام گرفته بود. اداره اوقاف جواب داده بود که : می گویند نیم دונگ از قریه کردن وقف است بنابراین ما نمیتوانیم جواب بدهیم که آیا این شرکتی که سند رسمی دارد و در چهار باغ قرار دارد وقف است یا خیر؟ تا روشن شدن آن ما نمیتوانیم پاسخ قطعی دهیم.

خوب این یعنی چه؟ هرکسی که سند دارد زمین برای آن شخص است مگر اینکه فردی بیايد ادعا کند و در دادگاه ثابت کند و بعد سند ما را باطل کنند. بعد ما که به اداره اوقاف مراجعه کردیم که این چه جوابی است که داده است؟ و چرا سنگ اندازی کرده اند؟ و جلوی وام و تمدید آن گرفته شده است، در پاسخ می گویند : شما بیايد تعهد دهید که هر روزی که معلوم شد اینجا اوقافی است ما بتوانیم سند را به نام خودمان صادر کنیم. ما هم گفتیم هر موقع دادگاه رفتید و دادگاه حکم داد و رای صادر کرد که زمین وقفی است ما دستان بالاست، شما می توانید سند بنزید. اینها یک مسایل جزئی است که افراد رده پایین سنگ می اندازند و کار انجام نمی شود و هیمنطور درگیریم . به آقای عمرانی معاون داستان کشور مراجعه کردیم و همه موارد کتبی را به ایشان ارائه دادیم ایشان هم بلافاصله طی نامه ای به اداره کل دادگستری البرز دستور داده که این موضوع پی گیری شود و حداکثر ظرف یک هفته به نفع دلپذیر حل کند. الان یک ماه یا بیشتر از آن زمان می گذرد و اداره کل دادگستری البرز اصلاً وقت ملاقات به ما نمی دهد. این هم از رفع موانع تولید. البته این تنها یک مورد از مسایل ماست که من توضیح دادم، از این موارد بسیار است که همگی هم مستند است.

چرا جای برندهای بزرگ و تاثیر گذاران در نمایشگاه های بین المللی است ؟ علت عدم استقبال آنها از نمایشگاه های داخلی چیست؟

یکی از روش های تبلیغات نمایشگاه است، روش های متعددی وجود دارد. حضور در نشریات، فضای مجازی، صدا و سیما، بیل بوردها و ... که ارزان ترین و ساده ترین نمایشگاه است. اصولاً نمایشگاه برای معرفی یک تولید جدید است، تولیدهای قدیم که نیاز به معرفی در آن سطح ندارند. همه برندها شناخته شده هستند و روش های دیگر تبلیغاتی را در نظر می گیرند و اجرا می کنند. بنابراین مسلم است که برندهای ملی

و مطرح کشور احتیاجی به حضور در نمایشگاه‌ها نمی‌بینند.

نقش تشکله‌ها برای حمایت از بخش خصوصی و اعضای خود را چگونه ارزیابی می‌فرمایید؟

واقعیت این است که تا بحال تشکله‌ها در کشور بصورت جدی مطرح و اثرگذار نبوده‌اند. در وهله‌ی بعدی این است که اعضای هیئت مدیره تشکله‌ها چه کسانی هستند؟ و چگونه این انتخاب صورت گرفته است؟ اگر هیئت مدیره مطرح باشند، اینها می‌توانند جاهای مختلف بروند و اثرگذار باشند. ولی اگر اینطور نباشد و از افراد جوان و ناشناخته باشند ارگان‌ها آنها را به حضور نمی‌پذیرند. بنابراین به صورت یکنواخت نمی‌توان تشکل را ارزیابی کرد. اگر انتخاب درست باشد و افراد بی‌غرضی در هیئت مدیره تشکله‌ها باشند و نخواهند به نفع خودشان کار کنند و به نفع صنفسان کار کنند یقیناً اثرگذار خواهند بود. کما اینکه از قدیم گفتند یک دست صدا ندارد. ولی من ندیدم تا بحال تشکلهای تاثیرگذار آنچنانی وجود داشته باشند.

به پخش پگاه برگردیم، نرم افزار ساپ چیست و توضیحی در خصوص راه اندازی آن بفرمائید:

سابقه نرم افزاری ما به زمانی برمی‌گردد که اولین PC دنیا که IBM 8086 بود را در سال ۱۳۶۴ در زمان جنگ و تحریم از آی بی ام انگلستان ثبت سفارش کردیم. البته با توجه به زمانی که صرف گرفتن مجوز آن شرکت برای فروش به ما شد، ما با پرداخت ما به التفاوت IBM 8088 که جدیدترین نسخه آی بی ام در جهان بود را خریداری و وارد کشور کردیم. کسی هم نمی‌توانست پی سی نه پرینترهای اپسون را که وارد کرده بودیم را فارسی سازی کند. بنابراین نیرو گرفتیم و هر دو کامپیوتر و پرینتر را فارسی کردیم و بعداً افرادی که در دفترمان کار می‌کردند این فارسی را هک کردند و به بیرون بردند و مدت ها به نام پانیز می‌فروختند و ما هم حرفی نمی‌زدیم. از همانجا برنامه نویسی برای توزیع لبنیات را شروع کردیم و بعد که لبنیات را تحویل دادیم و پخش خرده فروشی را شروع کردیم، برنامه نویسی روی سیستم DOS را آغاز کردیم و چون گروه ما و بنیانگذاران همگی از شرکت مینو بودند و توزیع را به معنای واقعی کلمه می دانستیم، بنابراین برنامه نویسی توزیع، فروش، انبار، اصول، حسابداری و جاهای مختلف را بر مبنای آنچه که بازار نیاز دارد، شروع کردیم. برای همین گروه برنامه نویس استخدام کردیم و برایمان برنامه

نویسی کردند تا زمانیکه دیگر سیستم داس با کامپیوترهای قدیم جواب نمیداد. ناچار شدیم از داس به ویندوز و به وب تغییرسیستم عامل دادیم و با سیستم جدید و برنامه نویس جدید. ساپ یکی از سیستم های کاملا شناخته شده پخش و فروش و توزیع و وصول و انبارداری و حتی پرسنلی است و به طور کامل آنلاین و بدون کاغذ است. گزارشات بسیار خوبی دارد و الان مدتی است که گزارشات را بصورت business intelligent یا BI کردیم و هر مدیری میتواند بر اساس نیازی که دارد هر چه میخواهد بسازد و ببیند و مقایسه کند و تا الان گفته میشود بهترین برنامه در کشور برای کار پخش است و بعد از آن برنامه های وب تولید را نوشتیم. هم اکنون برنامه های تولید ما چندین سال است در دلپذیر و کارخانه های دیگری که داریم کار میکند و آنجا هم به روز و Paper less است. دو سیستم توزیع و تولید ما هم به هم پیوسته است. اکنون چند سالی است که شرکت جداگانه ای به نام شرکت سامانه اندیشمند پگاه (ساپ) تاسیس کردیم که به بقیه شرکت های تولید و پخش هم نرم افزار میفروشد و تا آنجایی که اطلاع دارم شرکتهایی که از این سیستم استفاده کرده اند بسیار راضی هستند. یکی از برجسته ترین نکات این سیستم ها جدا از یکپارچگی، آنلاین بودن، سود و زیان آنلاین، تراز آنلاین و قیمت تمام شده آنلاین، بالا بردن راندمان، کاهش هزینه ها و افزایش سودآوری است.



از حضرتعالی بعنوان شوالیه صنعت پخش تقدیر شده است لطفا در این خصوص توضیحی بفرمائید:

از ۵۰ سال قبل موسسه ای به نام اینوا در بلژیک در رشته‌های مختلف و کشورهای گوناگون افراد خاصی را با ضوابط خاص خود تعیین می‌کند و در یک روز در قصر سلطنتی در بروکسل جمع کرده و به آنها مدال شوالیه اعطا می‌کند. در سال ۲۰۱۲ برخلاف تحریم و همه مسائل، ایران را هم در برنامه خود قرار داده بودند و در چندین رشته بررسی کردند و به چند نفر مدال شوالیه دادند. در آن زمان بنده را که دبیر انجمن صنعت پخش و بعنوان یکی از بنیانگذاران آن بودم، بررسی کرده بودند و انتخاب کردند. من هم در جریان این موضوع نبودم و بعداً دعوتنامه‌ای برای بنده از بلژیک آمد و به آنجا رفتم و مدال را دریافت کردم.

سخن پایانی؟

امروز یکی از سخت‌ترین کارها تولید است و من فکر می‌کنم که تولیدکننده‌های با برند، کسانی هستند که عاشق مملکت و مردمشان هستند که ماندند و با این گرفتاری‌ها و مانع‌ها از صبح تا شب بالای سر کارشان هستند و فعالیت می‌کنند. وگرنه هر کسی می‌داند که اگر این‌ها پول‌هایشان را در مسیر دیگری بگذارند به مراتب پول بیشتری، آرامش بیشتر و هم دردسر کمتری نصیبشان می‌شود و هم به سلامتی‌شان بیشتر فکر می‌کنند. بنابراین نباید فکر شود که سرمایه‌دار و تولیدکننده زالو صفت است. البته چند سالی است که این کلمه را دیگر نشنیده‌ام ظاهراً در کشورمان از بین رفته است. ولی زمانی به اوج خواهیم رسید و این مملکت راه ترقی در پیش خواهد گرفت که ما هر سال تولیدکنندگان واقعی را شناسایی کنیم و به آنها مدال و لوح داده و به نحوی از آنها تقدیر کنیم.

برای دنبال کردن آگرو فود نیوز در
اینستاگرام اینجا را کلیک کنید

<http://www.instagram.com/agrofoodnews>